

السينما الأمريكية
والهيمنة السياسية
والإعلامية والثقافية
د. وسام فاضل راضي
العربي

السينما الامريكية
والهيمنة السياسية
والإعلامية والثقافية

تأليف

د. وسام فاضل راضي

بطاقة فهرسة
إعداد دار الكتب المصرية



راضى ، وسام فاضل.
السينما الأمريكية والهيمنة السياسية والإعلامية والثقافية/ تأليف وسام فاضل
راضى .- ط1.- القاهرة : العربى للنشر والتوزيع ، 2010
ص ؛ سم
1- السينما- أمريكا
-أ- العنوان . 262/923



السينما الأمريكية والهيمنة السياسية والإعلامية

د/ وسام فاضل راضى

الطبعة الأولى 2011

رقم الإيداع 13038/2010

60 شارع القصر العيني - 11451 - القاهرة
ت 27921943 - 27954529 فاكس 27947566
42 ميدان البصرة - أول شارع دجلة من شهاب - المهندسين
ت 37492145 فاكس 37618381
email: alarabi5@link.net

المقدمة

تبدي العديد من الدول اهتماما خاصا بالإعلام ووسائله وتوظفه بكل الامكانات التي يتيحها على المستوى الدولي والإقليمي والوطني من اجل المحافظة على هيبتها ومكانتها السياسية، ويتسع ميدان العمل الإعلامي ويتشعب ليغطي مجالات الحياة كافة ويترك بصماته بوضوح على المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، كما أنه يستفيد من قدرته الفائقة على الانتشار والتأثير ليحقق كل ما يوكل إليه من مهام.

ولم تعد أهداف العمل الإعلامي مقتصرة على الوظائف التقليدية في الإعلام والترفيه والثقافة، بل أصبح أداة سياسية تستخدمها الدول في السلم والحرب لتحقيق أهدافها الخارجية في المجالات المختلفة، وهي تعول عليه كثيرا عند حصول المنازعات عندما يستخدم الإعلام ووسائله كسلاح فعال ومؤثر في الحروب النفسية والدعائية، وقد تكون الدول التي لا تمتلك التقنيات والقدرات والخبرات والكفاءات الضرورية لدعم إعلامها الوطني عاجزة عن تخفيف أثار الإغراق الإعلامي الدولي الذي قد تتعرض له، ولم تعد المواجهة اليوم في المجال الإعلامي تقليدية ولا يمكن مواجهتها بالوسائل الاعتيادية، فكيف يمكن التصدي للتدفق الإعلامي الغربي الهائل وهو ينطلق من أجندات

لا تعلن نوايا سيئة ولا تؤشر البرامج التي تعرضها الأهداف بشكل صريح فيما باتت تشكل تهديدا حقيقيا لدول عدة من النواحي السياسية والثقافية والاجتماعية، وإزاء ذلك تجد الدول النامية وحتى بعض الدول المتقدمة نفسها في موقف ضعيف في "معركة الأفكار والثقافات" ولا تستطيع فعل الكثير إزاء ما يفرض عليها من أنماط ثقافية غريبة عنها لا تتناسب مع البناء الفكري والثقافي والعادات والتقاليد السائدة فيها.

وتثير قضية الدفق الدولي للأفلام الأمريكية اهتماما وجدلا بين الأوساط الرسمية وغير الرسمية الثقافية والأكاديمية في مناطق متفرقة من العالم، ومبعث ذلك الاهتمام والجدل كان وما يزال يرتبط في احد جوانبه بحجم الإنتاج السينمائي الأمريكي وتفوقه كما ونوعا وسعرا على نظيره من الأفلام ذات المناشئ العالمية الأخرى على المستوى الدولي، وتنتقد الطروحات تلك ما يتسبب به ذلك التدفق وتلك السيطرة من زيادة في الاهتمام بتلك الأفلام بين الجمهور والاتساع في عرضها في دور السينما والمحطات التلفزيونية في مناطق عدة من العالم.

وأثار ذلك الواقع من جانب آخر مخاوف وهواجس دولية بشان الخصوصيات الثقافية لاسيما بوجود النظرة إلى ما تسعى الأفلام الأمريكية إلى نقله وتصديره من قيم وأفكار ثقافية ذات أبعاد خاصة، وإزاء ذلك كله تبنت دول عدة ومنها العربية سياسات ثقافية واتخذت إجراءات عدة لحماية الهوية الثقافية والحضارية إزاء الإعلام الأجنبي الوافد كما هو الحال مع إستراتيجية الأمن الثقافي العربي التي تبنتها البلدان العربية في الثمانينيات من القرن الماضي، وفي ظل ما تشهده القنوات الفضائية العربية من اهتمام مفرط

بالبرامج الأجنبية وبشكل خاص الأمريكية واجهت وتواجه البلـدان العربيـة تحـديات ثقافيـة كبيرة تتطلب إرسـاء إسـتراتيجيات ثقافيـة عربيـة وابتكـار آليـات وإجـراءات تتكفـل بحمايـة الثقافة العربية والبنى والتوجهات السياسية والاجتماعية القائمة.

ويأتي هذا الكتاب ليتناول القضية مـن جوانـب أهمهـا مـا يتعلـق بالهيمنـة الإعلاميـة وعلاقتها بالهيمنة السياسية والأصوات الدولية التـي تنـادي بإعـادة تنظـيم المشـهد الإعلامـي الدولي ليقوم على مبادئ العدالة والتوازن والمشاركة واحترام الخصوصيات ولـيس الاسـتهداف والسعي لمحو وطمس ثقافة الآخر كما يتناول الباحث السينما الأمريكية بشكل خاص بوصفها النموذج الأكـثر تـأثيرا في هـذا المجـال مـن خـلال تنـاول صـناعة السـينما الأمريكيـة وآلياتهـا والشركات الكبرى المنتجة لها فضلا عن الجوانب الأخـرى المرتبطـة بهـا، وفي سـياق آخـر كـان التناول للخصائص الإعلامية والإتصالية الإيجابية للسينما فضلا عن تناول مفهوم الأمن الثقـافي العربي بوصفه استراتيجية للمواجهة اتفقت عليها البلدان العربية في العقـود الثلاثـة السـابقة بوصفها مصدات ثقافية لتقليل الآثار السلبية للإعـلام الوافـد لاسـيما الأمـريكي منـه وتحديـدا السينما وأفلامها وأخيرا جرى تناول الرقابة بوصفها آلية للحماية والتحصـين والتـي فرضـت في مناطق متعددة من العالم وبآليات ومنطلقات متعددة تستند إلى العقائد والقيم والإعتبـارات الأخلاقية والاجتماعية والثقافية في مواجهـة مـا تحملـه الـبرامج والأفـلام الأمريكيـة مـن قـيم وأفكار قد لا تكون مقبولة في بعض المجتمعات.

وتجدر الإشارة إلى إن الباحث سبق وان خاض في موضوع الأفلام الأمريكية وإعتبـارات الأمن الثقافي العربي في سياق كتابته لأطروحة الدكتوراه في كليـة الإعـلام بجامعـة بغـداد وتـم توظيف بعض الأفكار والمضامين الواردة فيها في هذا الكتاب الذي جاء بشـمول وإتسـاع اكبر وهو محاولة لتقديم ماهو مفيد وجدير للباحثين والمهتمين في سياق السـعي لتبنـي سياسـات ثقافية ناجحة لمواجهة التحـديات الثقافيـة الراهنـة والتـي افرزهـا الإغـراق الأمـريكي لأغلـب القنوات التلفزيونية العربية والدولية بالأفلام والبرامج.

الفصل الأول

التدفق الدولي للأفلام والبرامج

وعلاقته بالهيمنة الإعلامية

- الهيمنة الإعلامية وعلاقتها بالهيمنة السياسية
- مظاهر الهيمنة الإعلامية وأدواتها
- تدفق الأفلام وبرامج التلفزيون العالمية

الهيمنة الإعلامية وعلاقتها بالهيمنة السياسية

يمثل مفهوم حرية التعبير احد الحقوق الإنسانية التي تسمح بطـرح الأفكـار وتـداولها والمجاهرة بها وتبنيها، سواء على صعيد الأفراد أو الجماعات، وجاء هذا المفهوم بعد تـراكمات فكرية وتجارب سياسية وطنية وعالمية احتدم بشأنها الجدل والصراع حول إطلاق هـذا الحـق أو تقييده . ومنذ عام 1644 أشار جون ميلتون إلى حرية التعبـير ودافـع عنهـا بشـدة عنـدما أعلن اعتماده وتبنيه هذا الحق وقال فيه "دعه يتصارع مع الزيف فكل من يعرف هذا الحق يسير معه إلى معركة حرة مفتوحة، وأولئك الذين يخافون منه سيعملون طبعا على منعه مـن دخول سوق الأفكار الحرة، وأما الذين يؤمنون بحرية الجماهير فيجب أن يعرفـوا أن وجـوده يعتمد على حرية الصحافة"[1].

وشهدت نهايات القرن الثامن عشر الإشارات الأولى لظهور المساعي السياسـية الراميـة لإرساء مبادئ حقوقية حول حرية الصحافة[2] كجزء من حرية التعبير، وكانت هـذه المطالـب تأتي من داخل الساحة السياسية لكل من بريطانيا وفرنسـا وأمريكـا خـلال تلـك الفـترة التـي جسدت مرحلة سياسية هامة في تاريخها وكان خصوم السلطة التقليديون في هـذه القضـية ، يبتغون من كل ذلك تحقيق أهداف سياسية وانتزاع هذه الوسائل التـي ظلـت حكـرا بأيـدي السـلطات التـي تـدعي حقهـا في السـيطرة عـلى أدوات ووسـائل نشر الأفكـار وهـي تقيـدها وتحتكرها وتتحكم في حركتها[3].

وكان المعارضون يلخصون مطالبهم في إطلاق حرية التعبير وفقا لما نص عليه إعلان حقوق الإنسان الصادر في فرنسا عام 1789[4] وهم يقصدون به حرية الأفكار لأصحابها ومروجيها، وكانت مسألة الحريات الإعلامية في تلك الفترة من القضايا الساخنة على المستوى الدولي، وحظيت بإهتمام كبير في المؤتمرات والندوات الدولية التي تعرضت لها وطرحتها للنقاش وتبادل الرأي، كونها من القضايا المثيرة للجدل والخلاف بين مختلف الإطراف الدولية المؤيدة والمعارضة لإطلاق مثل هذه الحريات، وأول تلك الاجتماعات التي كرست لدراسة الواقع الاتصالي الدولي عقدت في كل من شيكاغو وبلجيكا خلال عام 1893 إذ تناولت المناقشات الدائرة فيها قضايا الاحتكار الإخباري للكارتل الأوربي –رويتر، هافاس، وولف- الذي كان يشكل حلفا ثلاثيا يعتمد على قوة وكالاته الإخبارية، وهو يقسم العالم إلى مناطق نفوذ وإمتياز تتمتع من خلاله الوكالات بالانفراد والحرية الكاملة في ممارسة العمل الإخباري في الجزء المخصص لها من العالم دون أي منافسة أو رقابة، وهذا الاحتكار كان بمثابة سياج يصعب اختراقه لاسيما من بعض الدول التي كانت تطمح في الحصول على امتيازات تمكنها من ممارسة العمل الإخباري وتحقيق أهدافها السياسية على المستوى الدولي[5].

وكان الواقع ألاتصالي الدولي السائد في القرنين الثامن والتاسع عشر وحتى بدايات القرن العشرين يجسد الصراع لاسيما بين الدول التي كان تستعمر مناطق واسعة من العالم ودول أخرى تحلم بمثل هذا الدور، والأكثر من ذلك إن بعض هذه الدول لجأت إلى إقامة تكتلات إعلامية إقليمية بوجه نفوذ وقوة الوكالات الإخبارية الكبرى من اجل توسيع وحماية مصالحها

الاستعمارية، حيث تم دمج وكالتي ستيفاني الإيطالية وولف الألمانيـة وكورسـبودنت -مكتـب للمراسلة في بيرو- النمساوي في عام 1887 بعد محادثات بين فرانشسكو كريسبي رئيس وزراء ايطاليا في حينها مع المستشار الألماني، وهي خطوة كان المقصـود منهـا تهمـيش الـدور الكبـير الذي تمارسه هافاس في أوربا(6).

وكانت الجهود السياسـية التـي بـذلت عـلى نطـاق واسـع مـن اجـل تقسـيم منـاطق الاستغلال الإخباري للوكالات الدولية تأتي ضمن ترتيبات دولية يحددها الكبـار تـؤشر مـا لهـا وما عليها في هذا العالم، ومن ثم تترك لوكالاتها الإخبارية الحرية في تنفيذ أهـدافها السياسـية، وحتى القرن التاسع عشر كان العالم مقسما بين رويتر وهافـاس وولـف- ولا يحـق للمنافسـين الدوليين في ممارسة العمل الإخباري معها(7) وهذا هو مصدر شـكوى وكـالتي الاسوشـيتدبرس واليونايتد برس انترناشيونال الإخبارية الأمريكتين- عندما كانت رويـتر تسـود في المسـتعمرات البريطانية وأمريكا الشمالية ودول البحر المتوسط ودول خط السويس ومعظم دول قارة أسيا بينما احتفظت هافاس بالمستعمرات الفرنسية وجنوب غرب أوربا وأمريكا الشـمالية وبعـض دول أفريقيا، واختصت وكالة وولف الألمانية بوسط أوربا وضمنها إمبراطورية النمسا والـدول الاسكندنافية وروسيا والدول السلافية(8).

وطالبت أمريكا بدور دولي كبير يتلاءم مع أحلامها الاستعمارية وطموحاتها التوسعية وظلت تنتظر دورها المؤجل وأمالها المعقودة التي بدأت بالانتعاش عنـدما انتزعـت مـن تحـالف الوكـالات الأوربية بصعوبة الحق في الحصول على الأخبار الأجنبية وتوزيعها بحرية داخل أمريكا في عام 1893

وكانت تلك الخطوة في البداية لتفعيل دور وكالاتها الإخبارية في خدمة مصالحها الخارجية ولتتمتع فيما بعد بحق العمل الإخباري داخل كندا ومن ثم الحصول في عام 1902 وبعد مقاومة كبيرة من هافاس على حرية ممارسة العمل الإخباري في أمريكا الوسطى والجنوبية وجزر الكاريبي لتكون هذه المناطق ارض مشاعة لها للاستغلال الإخباري[9].

ويتميز الأسلوب الأمريكي في تبطين أهدافه وإثارة الجدل حول الدور الذي تمارسه الوكالات الإخبارية الأوربية وما يرافقه من تشويه لصورة الشعوب وتلوين الحقائق بتميز الاستراتيجية الأمريكية وهي كانت تسعى إلى تحسين صورتها الدولية وتشويه صور منافسيها وبقيت رويتر وهافاس في مناسبة وغير مناسبة حريصة على مسخ صورة أمريكا ووصفها بأنها البلد الغارق في الصراعات العنصرية والفيضانات والجريمة والغارقة في الحروب مع الهنود الحمر في الغرب وجرائم الغوغاء في الجنوب والجرائم الشاذة في الشمال[10] وحتى في الداخل كان رجال الأعمال الأمريكان يطالبون وكالاتهم الإخبارية إن تنشط على الساحة الدولية وتتحدث بإسهاب عن صور الحياة فيها والعمل على منع الوكالات الأخرى من التقليل من شأنها دوليا استعدادا لدورها القيادي في العالم الذي تخطط لبلوغه عبر استمالة الشعوب نحو تجربتها وأفكارها السياسية ونمط حياتها وإزالة الأحقاد التي قد تثار ضدها[11].

ولم تحقق الهيمنة السياسية التي كانت تسعى لتكريسها الدول الاستعمارية في القرن الماضي وبدايات القرن العشرين النفوذ والسيطرة العسكرية فقط وكان ذلك الهدف يتطلب إخضاع ميادين دولية أخرى تحت الهيمنة ومنها قطاع التجارة والأعلام، وظلت الإمبراطوريات البريطانية

والفرنسية حتى بدايات القرن العشرين تهيمن على قطاعات واسعة من التجارة الدولية إضافة إلى سيطرة وكالاتها الإخبارية ولم تترك لأمريكا سوى قطاع الاتصالات الدولية الذي كانت تحقق فيه بعض التفوق وهي تدرك تماما إن ما تريده هو السيطرة الدولية على تدفق المعلومات والأخبار الذي يمثل لها الحجر الأساسي لإقامة نظام إقتصادي وعسكري عالميين[12].

وخططت أمريكا للوصول إلى الهيمنة السياسية عن طريق الإعلام والثقافة إضافة للوسائل الأخرى وهذا الهدف كان يتطلب تغيير الظروف الدولية أو بعضها وطرح مبادئ فكرة جديدة تعمل بمثابة مواثيق دولية تنظم انسيابية الإعلام والمعلومات، وهو ما أطلقت عليه في ما بعد - مبدأ التدفق الحر - عندما جاءت الحرب العالمية الأولى عام 1917 كان على وكالة الاسوشيتدبرس أن تلعب دورها الإخباري - السياسي بإتقان بالشكل الذي يلائم مكانة أمريكا كقوة دولية كبرى كسبت الحرب وتحتاج لأجهزة دعاية قوية تبرر وتبرز نشاطها وسلوكها الدوليين، وكذلك زرع القيم والمبادئ الأمريكية لتكون موضع جذب وإقتداء في العالم لاسيما في أمريكا الوسطى والجنوبية[13].

وحين وضعت الحرب العالمية الأولى أوزارها شرع المفاوضون الأمريكيون إلى المطالبة بإدخال مادة في معاهدة فرساي تتضمن وتنص على مبدأ حرية الإعلام وكان كينت كوبر مدير وكالة الاسوشيتدبرس الإخبارية الأمريكية من اشد المتحمسين لإرساء وتطبيق هذه المادة في معاهدة فرساي لكن محاولاتهم ذهبت هباء بعد إعادة العمل بموجب المعاهدات القديمة من قبل الوكالات الإخبارية الأوربية الكبرى[14].

وكان مبدأ التدفق الحر يعني من الناحية العملية زيادة سيطرة الوكالات الإخبارية الكبرى التي تمتلك التقنية والانتشار اللازم كي تسود في سوق الأخبار الدولي، ومع هذا الواقع سوف تقرر طبيعة الأخبار التي ستنتقل بين إطراف العالم وأي الإحداث التي ستغطيها وما سوف يهمل ويحجب وكل ذلك يتم وفق سياسات وأهداف هذه الوكالات الإخبارية الكبرى دون إن يكون عليها أية مسؤولية تؤشر حالة عدوانية.

وكانت أمريكا بحاجة لان تحصل على تأييد وطني لهذا المبدأ من قبل الكونغرس والشعب الأمريكي قبل إن تطلقه على المستوى الدولي، وهي شنت بعد حصولها على هذا التأييد بعد الحرب العالمية الثانية حملة دولية واسعة عندما كانت الظروف مواتية لبروز أمريكا ومعها وكالاتها الإخبارية كقوى عالمية كبرى بعد أن أتعبت الحرب كل من بريطانيا وفرنسا وألمانيا ومعها وكالاتها الإخبارية التي واجهت عقب الحرب مشاكل مالية كبرى[15].

وكانت الخسائر العسكرية والاقتصادية الكبرى التي تكبدها العمالقة التقليديون من جهة وبروز أمريكا كقوة عسكرية واقتصادية وإعلامية جديدة تؤشر وكما يقول الباحث الإعلامي هربرت شيللر بداية لتاريخ السياسة الاستعمارية لأمريكا.

ومنذ عام 1943 وهو العام نفسه الذي كرس فيه مبدأ التدفق الحر دوليا خلال مؤتمر ريجا الدولي الذي اعترفت فيه الوكالات الأوربية بحق الجميع للوصول للمعلومات والأخبار، وكان وراءه هذه المرة أيضا كينت كوبر في موقف أقوى[16] مستغلين المناخ الدولي الذي كان يخشى فيه تكرار تجارب

النازية والفاشية واحتمالات السيطرة على الإعلام ووسائله وبذلك يكون السلاح المضاد لمثل هذه الحركات المهددة للسلام العالمي وكما يصفها احد كبار الناشرين الأمريكان في تلك الفترة " اعتقد بأن العالم لا يستطيع تحمل حرب أخرى ولكني اعتقد أكثر بأن العالم يسير باتجاه مثل هذه الحرب وهذا الدمار ما لم تتخذ خطوات فورية لضمان حرية الإعلام بين الشعوب، وان الحضارة لا يمكن تناقلها دون أن تكون حرة وان عالم غير حر لا يمكن أن يطاق"[17].

وبدأ العالم يشهد بداية مرحلة دولية جديدة بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية وإنشاء منظمة الأمم المتحدة في عام 1945[18]، ومنذ الاجتماعات الأولى لهذه المنظمة الدولية لجأت الدول الكبرى إلى الضغط على أعضاء هذه المنظمة لتوظيف أصواتها من اجل إصدار القرارات الملائمة لسياستها، وضم هذا المؤتمر(50) دولة كان اغلبها من أمريكا اللاتينية ودول الشرق الأوسط وهي جميعها خاضعة للنفوذ الأمريكي وفي أمس الحاجة للدعم الذي كانت تقدمه لها وحتى دول أوربا الغربية المنهارة اقتصاديا وجميع هذه الدول لم تكن تملك سوى دعم للتوصيات التي تساند مبدأ حرية تدفق المعلومات[19].

وكانت الترتيبات الدولية الجديدة تهدف إلى خدمة الرأسمالية العالمية وتكريس نظام سياسي دولي تقوده الاحتكارات الرأسمالية يهدف إلى تحقيق الهيمنة السياسية، وكانت البداية في حملة أمريكا لما وراء البحار وتحت أشراف وزارة الخارجية ومنذ عام 1945 وبالتعاون مع وكالة الاستعلامات التي بدأت تقدم الاستشارة للرئيس الأمريكي بخصوص ردود الأفعال التي تصدر عن الشعوب تجاهها في الخارج[20]، والتصدي من جهة أخرى للدعاية السوفيتية وأفكارها التي كانت تنادي إلى تخطيط الإعلام في الداخل والتعاون

والتبادل الإعلامي مع الدول الأخرى - خاصة الاشتراكية - وكذلك الالتزام بالمسؤولية في ميدان الإعـلام وهـو مـا يعتـبره أنصـار التـدفق الحـر قيـود مصـطنعة وحـواجز تعرقـل انسـياب المعلومات[21].

وكان نشاط الأمم المتحدة يتركز في السـنوات الأولى مـن تأسيسـها نحـو إرسـاء مبـادئ إنسانية وقانونية دولية ومنها ما يخص ميدان حرية الإعلام وفي اتجاهين رئيسيين منها قواعـد قانونية تطلق ويتم احترامها دوليا وتشترك فيها وتلتزم بها جميع المؤسسات الإعلامية في العالم ، والاتجاه الثاني في انتخاب مجموعة من المشاكل الإعلاميـة الدوليـة ودراسـتها واتخـاذ تـدابير مشتركة حولها ، وتتولى معالجة مثل هذه المشاكل منظمات دولية متخصصة مثـل اليونسـكو والاتحاد الدولي للاتصالات[22].

وكان الهدف من وراء كل تلك الجهود هـو الحفـاظ عـلى السـلام والتضـامن العـالميين لاسيما في إعقاب الحرب العالمية الثانية والخوف من احتمالات العودة إليها ، وتبنت الجمعية العامة للأمم المتحدة القرار(59- أ) الذي نص على " أن حريـة الإعـلام تعـد حقـا أساسـيا مـن حقوق الإنسان وهو بمثابة حجر الزاوية لباقي الحريات التي ترعاها الأمم المتحدة، وتتضـمن هذه الحرية حق جمع وتداول ونشر الأنبـاء مـن أي مكـان إلى أي مكـان أخـر دون قيـود أو حدود"[23].

وقد جاءت تلك المواثيق الدولية ضـمن الإعـلان العـالمي لحقـوق الإنسـان الذي أقرته المنظمة الدولية في عام 1948، وهو يحاول إن ينظم الحرية في ميدان الإعـلام وكيفيـة ممارسـة العمـل بالشـكل الـذي يخـدم السـلام العـالمي ويعـززه

ويعمل على تعريف الشعوب ببعضها ونقل الصور والقيم الثقافية وكذلك الأفكار بكل حرية، ولعل من ابرز المواثيق الدولية التي أرساها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان عام 1948 مادة قانونية تدعو وتدعم حرية الاتصال وما يتعلق بها وهي المادة (19) من هذا الإعلان التي جاءت لتنص على إن "لكل فرد الحق في الرأي والتعبير عنه، ويتضمن الحق عدم إقلاقه بسبب أرائه والحق في البحث عن الإنباء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بشتى الوسائل والتعبير عنها أيا كانت الوسائل دون اعتبار للحدود الإقليمية"[24].

وتنبع النظرة إلى حرية الإعلام من خصوصية مفهوم الحرية (الليبرالي) وهي متأثرة بنظرة القرن التاسع عشر لها والتي تعني حرية الأقوى حيث لا تمتلك جميع الدول القدرة على الوصول إلى المعلومات وإرسال إخبارها إلى العالم بشكل متوازن، وهي تظل بحاجة وتحت رحمة ما تقدمه لها مصادر الأخبار والمعلومات الكبرى، وهي وفقا للمادة (19) لا تتحمل النتائج الأخلاقية والسياسية والثقافية والاقتصادية المترتبة عن هذا الوضع الشاذ، وفي نفس الوقت لا تستطيع الدول المتضررة من وضع العراقيل بوجه الإغراق الإعلامي الذي تمارسه الدول الكبرى لان ذلك يتعارض مع حرية تدفق الإعلام الذي يعني من جهة النظر الغربية إزالة العوائق التي تمنع ممارسة حرية الرأي والتعبير عنه والمساواة في الفرص المتاحة للوصول إلى وسائل الاتصال بلا عوائق عبر الحدود الوطنية[25].

وظلت تلك الحرية غير متوازنة والفرص غير متكافئة في سوق المعلومات الدولي وبهذا تكون المادة (19) وغيرها من اللوائح التي أطلقها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان في ما يخص ميدان الأعلام مسوغا جديدا

استندت عليه أمريكا وغيرها من الدول المتقدمة إعلاميا لاستخدام الإعلام كقوة دولية تساعد في تكريس الهيمنة السياسية، واستخدامها في تحقيق التفوق ضمن فعاليات الحرب الباردة، وكان" كينت كوبر" على حق حين أشار إلى إن وسائل الأعلام كانت وستظل أداة حيوية لدفع السياسة الخارجية لأي دولة إلى الإمام سواء كان ذلك في الحرب أم في السلام، إلى جانب أنها تمثل عاملا لا غنى عنه في الدبلوماسية مشيرا إلى المناورات السياسية التي كانت تحدث فيما مضى بين الدول الأوربية عن طريق وكالاتها الإخبارية حيث كانت رويتر توصف بأنها أعظم واخطر من أي أسطول أو جيش[26].

ومع بداية الحرب الباردة - التي يرجعها البعض إلى عام 1948 - عندما انقسم العالم إلى معسكرين متصارعين فكريا وسياسيا وبعد انتصار مبدأ التدفق الحر للإعلام الذي كانت أمريكا تعول عليه كثيرا في تحقيق أهدافها على صعيد السياسة الخارجية شعرت دول المعسكر الاشتراكي آنذاك بالانزعاج والخطر المحدق بحلفائها وأنصارها من الدول ومصدر قلقها كان ينبع من خشيتها عندما تترك الحرية المطلقة للصحفيين ومعها قد تتسرب الخلافات بين الشعوب وتتسبب في أحياء مخاطر الحرب وتهديد السلم والتفاهم العالمي، وبالتالي يتوجب ممارسة نوع من الرقابة المفيدة من اجل توظيف حرية الإعلام هذه لصالح الجميع[27].

وفي الجانب الأخر علق "جون فوستر" الذي يعد احد مهندسي الحرب الباردة الأمريكية حول حرية تدفق المعلومات قائلا " إذا كنت سأختار أهم محور في السياسة الخارجية فسوف اجعله سبيلا لتكريس حرية تدفق المعلومات"[28]. وأشار أيضا إلى إن الذين يعتقدون إن الحرب الباردة قد بدأت

في عام 1948 يغفلون التحضيرات التمهيدية المسبقة في أمريكا خلال الفترة التي سبقت هذا التاريخ ضمن التخطيط العام للرأسمالية الأمريكية نحو العالم اجمع وهو أيضا تجعل من مبدأ التدفق الحر سبيل لانطلاقها[29]

وتتجلى السياسة الخارجية أيضا في السعي إلى تصدير الأفكار ومخاطبة المجتمعات من وراء حكوماتها كونها تهدف إلى نشر قيم وأفكار وسلوكيات يتم خلقها في المراكز الرأسمالية العالمية[30] وتكون مرتبطة بمصالح خارجية ومضادة للمصالح الوطنية من خلال الاستثمارات والمشاريع الاقتصادية الكبرى المعدة في الدول المتقدمة والموضوعة في مستوى البنية الفوقية في الدول النامية[31] وهي بدورها تؤدي إلى شكل من أشكال العزلة المزدوجة المفروضة على الشعوب المستهدفة والسبب في ذلك [32]:

(1) إن هذه النتاج الثقافي معزول لأنه نتاج الاتحاد والاندماج مع النظام الرأسمالي العالمي ويتطلع ليرى إن العالم سيكون رأسماليا بالتحديد.

(2) لان الإيديولوجية المهيمنة موضوعة في الخارج وتم تصميمها في مركز النظام الرأسمالي المسيطر حيث النموذج الذي يجب أن يفرض على الدول المستقلة لذلك فأن خيارات البلد المستقل تكون محدودة كنظام اجتماعي وكأمة.

ومن المنطلق أعلاه تقوم وكالة المخابرات الأمريكية بتمويل العديد من بحوث الاتصال في مختلف الدول وخاصة الدول النامية من اجل الوصول إلى جملة أهداف منها [33]:

(1) التعرف على المشاعر السائدة لدى الشعوب الأخرى اتجاه أمريكا ودوافعها وإمكانية الاتصال بها وإغرائها من اجل إحداث التأثير .

(2) تحديد الجماهير القيادية داخل هذه المجتمعات .

(3) الاهتداء إلى انسب السبل وأفضلها في مخاطبة هذه الجماهير.

وتخضع القيم التي يتم إجلاؤها بواسطة وسائل الإعلام للتدقيق ويكون المحتوى واليات الهيمنة الإيديولوجية هما المسؤولان عن بقاء التبعية لاسيما وان أسلوب الحياة النوعي للمجتمع الرأسمالي المتطور عندما ينتشر في أي بلد فأنه يخدم في إثارة وتفاقم مشاكل عدم المساواة الاجتماعية بقدر ما يخدم في عملية اختلال القيم، وفيما يتصل بذلك فأن هذا المستوى الذي تعكسه هذه الأفكار يمكن الوصول إليه فقط من قبل الأقلية من السكان وان الاستهلاك سواء للسلع والبضائع والمعلومات هو امتياز مقصور على النخبة أو الصفوة من سكان المدن[34].

ومن خلال القيم الإمبريالية التي تسعى أمريكا عبرها إلى احتلال العقول، وقد لخص هربرت شيللر هذا الموضوع في مقال نشر له في صحيفة لوموند ديبلوماتيك في عام 1989 بقوله "في اغلب الدول فأن حصان طروادة للثقافة والمفاهيم الأمريكية للحياة موجود فيها، وان التصنيع المحلي للصور يؤدي إلى إنتاج منتجات متشابهة وبذلك فأن أمركة العالم قد أصبحت قضية الجميع وليس بالامكان تحاشيها"[35] ويضيف شيللر إلى إن المحاولات التي تبذلها الاحتكارات اليابانية والأوربية ونماذج الإنتاج المحلي قد تقلل من

الاستيراد من أمريكا ولكنها تبقى ضمن إطار الهيمنة المطلقة لدول الشـمال وخدمـة أهدافـه ومصالحه[36].

وفي الجانب الأخر في مجموعة دول المعسكر الاشتراكي السابق كان الانزعاج واضحا من عدم تقييد الإعلام جزئيا أو فرض بعض الرقابة عليه[37]، حيث حرصت هذه الدول على طـرح القضية في كل مناسبة مع رفضها مبدأ الإعلام الحر الذي تخشى منه عـلى حلفائهـا وأصـدقائها من الدول النامية، خاصة ما يخص الطروحات والأفكار الأمريكية وكانوا يشددون في ما يخـص الإذاعة - على سبيل المثال - واستخدامها في الحرب الباردة على ضرورة إن تكون هناك قواعـد حقوقية دولية تمنع توجيه إذاعة إلى أي بلـد دون الحصـول عـلى موافقـة حكومتـه الوطنيـة وللدول المتضررة الحق في التصدي لهذه الإذاعات الموجهة بأي وسيلة متاحة[38] وحتى فرنسـا كانت تؤيد هذه الطروحات وتخشى أكثر من ذلك فيما يخص الميـادين الثقافيـة والاجتماعيـة وتطالب أيضا بمنع بث الرسائل الإعلامية التي قد تتضمن ما يهـين رؤوسـاء الـدول ومـا يسـئ للأطفال والشباب من هذه المضامين دوليا[39].

وكانت دول المعسكر الاشتراكي تمنع قانونيا التعرض لبرامج التلفزيـون ووسـائل الإعـلام القادمة من الدول الرأسمالية وهي تعتـبر التعـرض لهـذه الوسـائل الإعلاميـة انتهاكـا صـارخا يعاقب عليه القانون ومثال ذلك عنـدما كانـت ألمانيـا الشرقيـة تمنـع مواطنيهـا مـن التعـرض لبرامج التلفزيون الألماني الغربي وهي نفس النظرة التي سادت في بقية الدول الاشتراكية حيث انتقـد نائـب وزيـر الثقافـة السـوفيتي السـابق في إحـدى المناسـبات بشـكل خـاص الأفـلام السـينمائية الأمريكيـة ووصـفها بأنهـا تهـدف إلى تحريـك المشـاعر المعاديـة (للسـوفيات) وحلفائهم[40].

وقد أقامت مجموعة هذه الدول ستارا إعلاميا يحيط بها ويصعب اختراقه يتيح لها ولوسائلها الإعلامية فقط عرض ونشر الأفكار المنتجة داخل دول المجموعة حيث كانت صحف برافدا وازفيستا (السوفيتية) من كبريات الصحف التي توزع هناك ، وكذلك الفيلم السوفيتي كان يعرض مجانا في دول أوربا الشرقية وبقية الدول الاشتراكية[41].

وفي ميدان الأخبار كادت وكالة تاس (السوفيتية) تنقل الإخبار لدول المجموعة وهذه التدابير كانت تأتي للحد من طغيان الإعلام الأمريكي ووسائله وأشكاله المتعددة وهي تعكس أيضا خطورة الدور الدولي الذي، يشكله الإعلام ووسائله خاصة وانه أصبح أداة حيوية لتنفيذ السياسة الخارجية للدول الكبرى وسلاح مؤثر استخدم على نطاق واسع في الحرب الباردة[42].

وتضاعف الاستخدام الواسع لامكانات وسائل الإعلام بغرض تحقيق الأهداف السياسية ومساندة الجهود الدبلوماسية وتصدير الأفكار والأنماط الثقافية تضاعف بعد التطور الهائل الذي شهده ميدان تقنية الاتصال لاسيما بعد استخدام الأقمار الصناعية كوسيلة اتصالية تتخطى القارات لتنقل الإخبار والإحداث العالمية عبر إرجاء الكرة الأرضية، وهذا الاستخدام الواسع لتقنية الاتصال المتطورة أكد على إن العالم لم يعد قرية صغيرة كما قال العالم الكندي مارشال ماكلوهان وإنما بيت صغير، وهذه التقنية المتقدمة ليست متاحة للجميع بالقدر ذاته ولم تكن معدة للتصدير للدول التي قد(تسئ) استغلالها وبدليل أن أمريكا حظرت تصدير معدات القمر الصناعي العربي (عربسات) بدعوى أن استخدام هذا القمر الصناعي سوف يتيح لمنظمة التحرير الفلسطينية وليبيا فرصة استخدامها وحسب المفهوم الأمريكي في خدمة "الإرهاب الدولي"[43].

وزاد تنامي قوة الإعلام التي اكتسبت فاعلية اكبر بعد تطورها التقني في عصر الأقمار الصناعية من شراسة الصراع الدولي على تحقيق الغلبة والتفوق وتحقيق الهيمنة السياسية ومثال بشان توظيف تقنية الأقمار الصناعية في المنافسة السياسية الدولية ما دار في منطقة الكاريبي والباسفيك من صراع مرير بين محطات التلفزيون الفضائية التي استهدفت المنطقة فأمريكا دافعت بواسطة محطاتها التلفزيونية الفضائية عن وجودها في منطقة حوض الباسفيك ضد الوجود السوفيتي الذي كان يتنامى آنذاك، وكذلك كل من بريطانيا وفرنسا واليابان والصين لديها مصالح قديمة في المنطقة وحتى استراليا بادرت منذ عام 1986 لإقامة نشاط تلفزيوني لها في المنطقة وقال متحدث رسمي عنها انه يجب إن نكون هناك قبلهم[(44)] برغم إن هذه المنطقة المستهدفة يقطنها حوالي (5) ملايين نسمة فقط.

وحاولت الدول توظيف الإعلام للتعبير عن أرادتها القوية ودورها الفاعل في السياسة الدولية، وهي لم تعد بحاجة إلى الوسائل التقليدية القديمة التي كانت تستخدمها لترويج أفكارها وهاهي أمريكا تحارب من اجل الحفاظ على تفوقها في ميدان الإعلام نجدها حرصت ضمن اتفاقية "ألغات" على التأكيد بوجود تحرير الأفكار والرموز والصور أسوة بتحرير البضائع التجارية، وهذه السياسة الأمريكية والارتباط القائم بين البنتاغون وشبكة C.N.N الإخبارية الدولية على سبيل المثال تعبر عن المنحى في هذه السياسة التي ستكون فيها مؤسسات الإعلام والمعلومات هي التي تصنع القرار السياسي[(45)].

مظاهر الهيمنة الإعلامية وأدواتها

تعكس تبعية نظم الاتصال في الدول النامية كما وكيفا لمراكز السيطرة العالمية وضعا دوليا يتسم بالاختلال وعدم التكافؤ والرغبة من قبل الإطراف الدولية المهيمنة في إخضاع ميادين أخرى تتعدى الإعلام والوصول إلى هيمنة اقتصادية وثقافية وتتحمل الدول النامية جزءا من المسؤولية في ظل ذلك الواقع حيث تبقي نفسها تحت رحمة تلك الهيمنة وتبقي إمكانيتها الإعلامية الوطنية ضعيفة ومحدودة إلى درجة إن بعض السلطات المحلية في هذه الدول ليس لديها الرغبة في التغيير وهي تستمر في استيراد التقنيات الاتصالية لتحقيق أهدافها والمحافظة على هيبتها على المستوى الدولي والمحلي وهي من اجل ذلك تلجأ لإغراق أسواقها بفيض من المعدات والآلات والمقتنيات الغربية[46].

وتتخذ الهيمنة التي تمارسها بعض الدول في ميدان الإعلام العديد من الصور والمظاهر من أبرزها :

الهيمنة التقنية : تهيمن الدول المتقدمة على الصناعات الالكترونية والأجهزة الدقيقة وسوق الالكترونيات (أجهزة تلفزيون،أجهزة راديو،الحاسبات الالكترونية ،أجهزة الهاتف) من خلال نشاط عدد من الشركات الكبرى التي تسيطر على حوالي 75% من هذه الصناعة التي تتصدرها أمريكا وهي تهيمن على 65% من إجمالي الإنتاج الدولي في مجال صناعة الدوائر والدوائر الالكترونية[47] ويتعدى الأمر هذا النطاق ويشمل تقنية الاتصال عبر الفضاء لاسيما ما يخص الأقمار الصناعية التي يقود استخدامها إلى العديد من

المشاكل السياسية الدولية والإقليمية بسبب احتمالات السيطرة على المعلومـات الاسـتراتيجية والتعدي على السيادة الوطنية لبعض الدول.

ويتسبب النشاط ألاتصالي عبر الأقمار الصناعية في خلق المشاكل للـدول الناميـة جـراء استخدام المدار الجغرافي الثابت حيث تجد هـذه الـدول عنـدما تفكـر بالاسـتفادة مـن هـذه المدارات بأنها مشغولة بالأقمار الصناعية الأجنبية المخصصـة للاتصـال رغـم أنهـا تعـد مـوردا طبيعيا لها جدير بالاهتمام حتى تحقق هذه الدول تقدمها في هذا المجال التقني[48].

وتشكل المعلومات العلميـة والفنيـة والتقنيـة هـي الأخـرى إحـدى مظـاهر الاحتكـار التقني لإبقاء وضع التبعية الذي تعانيه الدول المـتضررة قائمـا ، وهـذا الاحتكـار يتشـعب إلى مجالات الصناعة والمال والتجارة والإعلام حيث يكون الحصول على المعلومات في هذا المجـال وعن طريق الأقمار الصناعية التي تمتلكها عدد من الشركات المتعددة الجنسية ضمن نطاق لا يتعدى عدد محدود من المحتاجين (المتميزين) لهذه التقنية فضلا عن الأسباب السياسية لهذا الاحتكار يغلب الطابع التجاري عـلى العديـد مـن هـذه العمليـات التـي يحكمهـا رأس المـال الخاص في عملية نقل التقنيـة وخضـوعها لمنطـق الـربح التجـاري ومقتضـياته التـي تحـددها الأهداف العامة لرأس المال على المستوى الدولي[49].

وتهدف الاستراتيجية التي يسعى أليهـا التحـالف العـالمي لـرأس المـال عـن طريق الشبكات التجارية المنتشرة في العديد مـن دول العـالم تهـدف إلى تحقيـق التفوق والسيطرة في مجال تقنية الاتصال والإبقاء عـلى هيمنتهـا والحصـول عـلى المزيـد مـن الامتيـازات التجاريـة والمحافظـة في ظـل هـذا الواقـع عـلى تبعيـة

دول (الأطراف) لها ما دامت الأخيرة تحافظ على أوضاعها التقنية بعيدا عن أي تطور يهدد الوضع الراهن ، وكل هذا ينعكس أيضا على أوجه النشاط الثقافي والاجتماعي والاقتصادي داخل الدول النامية[50].

يشير احد خبراء الاتصال الغربيين إلى قضية (الإمبريالية الالكترونية) بقوله أن علاقة التبعية التي تأسست باستيراد معدات الاتصال بمهندسيها وفنييها وما يتعلق بها من بروتوكولات ومعلومات قامت بخلق الأسس لمجموعة من المعايير والقيم الأجنبية والتوقعات التي يمكن إن تغير الثقافة المحلية إلى درجة كبيرة، فالاستيراد يتنوع من الكتب الهزلية والأقمار الصناعية ومن الكومبيوتر إلى الليزر وبجانبها الخدمات الأكثر تقليدية مثل البرامج الإذاعية والمسرح والسينما وخدمات البرق والهاتف وعروض التلفزيون[51].

الهيمنة الإعلامية: تمارس بعض الدول المتقدمة من خلال قنواتها الإعلامية تحكما في هذه العملية وتشير الدلائل إلى إن المعلومات تسير باتجاه واحد من بعض الدول المتقدمة والى بقية أنحاء العالم حيث تسيطر بعض الدول على (35%) من عمليات النشر و(64%) من الإعلان الدولي و(45%) من التسجيلات و(90%) من الأشرطة والأخبار المرئية والأغاني الإذاعية و(50%) من أشرطة السينما والأفلام و(35%) من استهلاك الورق و(27%) من صناعة الكومبيوتر والأجهزة الالكترونية و(54%) من معدات الكومبيوتر وتسيطر على (90%) من حركة الإنباء في العالم من خلال وكالاتها الإخبارية[52].

ومن خلال تلك الوكالات تحاول الدول (المهيمنة) إضافة إلى تحكمها بالجانب الكمي ممارسة نوع من التشويه والتلوين للمضامين التي تنقلها الأخبار ابتدءا من الانتقائية في النقل بشكل خاص لأخبار ألازمات والأحداث السلبية ومرورا باستخدام الصفات والرموز التي تعكس وجهة النظر الغربية وهي تقوم أيضا بتصدير القيم والمعايير الغربية في تحرير الأخبار إلى الدول النامية لتطبقها في تعاملها مع الإحداث[53].

وقد كشفت الإحداث السياسية والعسكرية التي رافق العمل العسكري الأمريكي على العراق عام 1991 والفعاليات العسكرية التي حدثت في المنطقة هشاشة النظم الإعلامية لبعض دول التحالف والدول المجاورة لمنطقة الإحداث حيث أشارت إلى هذه القضية ندوة اسطنبول الدولية التي عقدت في شهر حزيران عام 1991 وأكدت أن عدد من الدول مثل البرازيل وإيران وماليزيا والهند وتركيا كانت تستند في عملها الإعلامي خلال الفعاليات العسكرية في الخليج على ما توفره وكالات الإنباء والأفلام الغربية ومنها إيران التي كانت تعتمد على مصادر غربية 100% وكانت ماليزيا تعيد بث.C.N.N دون أي تغيير وحتى تركيا القريبة من الإحداث فأن (73%) من إخبارها كانت تأتي من مصادر التحالف مبررين ذلك بالادعاء بأنهم محرمون من حق الوصول إلى المعلومات بشأن الأوضاع الدولية[54].

الهيمنة الثقافية: تتسم المضامين التي تنقلها وسائل الإعلام إلى جماهيرها بطابع ثقافي عام وهي تتناول من خلالها مختلف القضايا الفكرية والسياسية والثقافية والاجتماعية وتحمل وسائل الإعلام ذات الانتشار والتوزيع الدولي إلى المجتمعات قسرا صور الحياة الغربية وأنماطها الثقافية ومبادئها

الفكرية ومعاييرها الاجتماعية والاقتصادية في إشكال وصور متعددة ضمن نطاق ما يسمى بالانفتاح الثقافي و(تلاقح الثقافات) وتنتقل مع هذه العملية الأفكار والأنماط السلوكية الجاهزة وهي تعمل على تشجيع وتنشيط الاستهلاك وشحن القيم الفردية والترويج لمتطلبات الحياة العصرية المترفة الناعمة من خلال استيراد السلع الكمالية وغير الضرورية التي يتم استيعابها في عملية التغيير الاجتماعي المصاحبة وهي تؤدي بالضرورة إلى ظهور احتياجات جديدة يتم توجيهها نحو السلع التي سوف يطلبها الناس[55].

وتستورد المؤسسات الإعلامية في الدول النامية المنتجات الثقافية المتنوعة بنسب متزايدة من المناشيء العالمية التي يحكم عملها الربح التجاري، وتتفوق في مجال التصدير هذا الشركات المتعددة الجنسية التي تنقل عبر نشاطها الإعلامي -التجاري- نماذج وأفكار غربية شديدة التباين مع الواقع الثقافي للدول المستوردة وكل ذلك يفرض نمط موجه من حيث الذوق والأسلوب والمضمون يجسد ما يسمى "الغزو الثقافي"[56].

وتصدر وسائل الإعلام والمنتجات الثقافية الأمريكية على سبيل المثال نمط الحياة هناك والأفكار السائدة فيها، وهو مطلب قديم أكدته تصريحات العديد من الرؤساء والمسؤولين في الحكومات الأمريكية المتعاقبة وهي من اجل ذلك توظف الإعلام وتفتخر بقدرتها على مخاطبة الشعوب من وراء ظهر حكوماتها وهي تنقل الإشكال والأنماط الثقافية من خلال هذه الوسائل ومنها المجلات الأمريكية الواسعة الانتشار والتي توزع في جميع أنحاء العالم وهي تصدر نموذج الحياة الأمريكية ومنها مجلة "ريدرز دايجست" التي تحرص على تصدير أفضل ما في الحياة الأمريكية من ايجابيات وصور للترف والرفاهية في المجتمع

والحياة هناك لتهدد استقلال وهوية الثقافة في بعض الدول وقد أشار إلى هذه القضية الرئيس الجزائري السابق احمد بن بلا واعتبر أن المقتنيات الاقتصادية والكمالية هي بالضرورة نتاج ثقافي غير معزول عن محيطه وثقافته وفلسفته وان التكنلوجيا تنقل معها معاييرها الثقافية الأصلية[57].

ويشير هذا الموضوع أيضا إلى اهتمام وقلق العديد من الدول المتقدمة والنامية التي تبدى انزعاجا شديدا جراء تسرب مثل هذه الأفكار لاسيما ما تحمله البرامج التلفزيونية وأفلام السينما التي تنتج في مراكز عالمية محددة وتحمل معها مضامين تجارية هابطة.

مجموعة الترتيبات الصناعية والتجارية: أصبحت استعارة الدول النامية للهياكل الصناعية والإدارية الغربية المنشأ لمشاريعها الصناعية أمرا مألوفا ، وهي تعتمد على هذه المؤسسات الأجنبية لإقامة البني الأساسية لهذه المشاريع[58] وفي ميدان الاتصال أيضا فأن الاستثمارات الصناعية التي تديرها الشركات العالمية العملاقة توفر جميع مستلزمات العمل والأجهزة وقطع الغيار وتدريب العاملين على التقنيات الجديدة، ومثال ذلك ما قامت به الشركات الأمريكية والبريطانية التي جهزت بعض الأقطار العربية بمعدات أنشاء محطات إرسال تلفزيونية لأول مرة فيها، وقدمت خبرائها لتشغيل هذه المحطات من اجل ضمان احتكارها لبيع أجهزة الاستقبال ومحطات التشغيل والترحيل فيما بعد لهذه الدول، وذلك يجسد تبعية الدول النامية إلى مراكز الإنتاج الصناعي الالكتروني التي تمتلكها الدول المتقدمة [59]. ومما يعمق تلك التبعية هو نسبة الأبحاث العلمية والتقنية التي يتم أجراؤها في الدول الصناعية حيث بلغت حوالي 98% في حين أنها لا تشكل في البلدان النامية أكثر من

(1%)[60] وهناك تداخل بين بنية المؤسسات الإعلامية ومجموعة الترتيبات الصناعية يمكن تصنيفه إلى[61]:

(1) تشكيل أداة الاتصال: تحدد بعض الدول المتقدمة شكل أداة الاتصال وهي التي تصنع القرارات الخاصة بهذا الشكل معتمدة على قوتها الاقتصادية وبالرغم من محاولات الدول النامية في تصنيع بعض أجزاء أجهزة الاستقبال التلفزيوني على سبيل المثال وتجميعها فهي تظل تابعة للشركات الأجنبية التي تورد لها التقنية اللازمة.

(2) مجموعة الترتيبات الصناعية: توجد هذه الترتيبات وراء شكل أداة الاتصال وهيكل التنظيم والمالية الذي يشمل عنصري التنظيم والانتشار كما هو الحال في هوليود على سبيل المثال من حيث خطوط الإنتاج والتوزيع والتسويق التلفزيوني والسينمائي.

(3) التدابير التجارية: تسيطر على هذه التدابير عدد من التجمعات الاقتصادية الرأسمالية الضخمة المتخصصة في مجال صناعة الأفلام، وهي تقوم بتنظيم سوق هذه البضاعة (الإعلام) وتعمل على تصديرها وكل هذه الترتيبات التجارية تسعى في المحصلة النهائية لخدمة رأس المال العالمي، وخلق سياقات جديدة للإنتاج والتوزيع داخل الأسواق الدولية تساعد في تكريس الهيمنة التجارية وتوسيع الأسواق وتنهي المقاومة المحلية لنشاطها الاستثماري والانفتاح التجاري[62].

ويعد الاستثمار في مجال التلفزيون ومنه الدور الذي تمارسه المحطات التلفزيونية التجارية العالمية ذو جدوى تجارية ويدر أرباحا كبيرة حيث تتخذ هذه المحطات من التلفزيون وسيلة لتحقيق الإرباح وتسويق المنتجات التي يروج لها الإعلان، ومن ثم الترفيه عن المشاهدين[63].

وتذهب الاستخدامات ومن ورائها الأهداف التجارية التي تمارسها الشركات العملاقة إلى ابعد من ذلك حيث تدخل الخبرة الأمريكية على سبيل المثال في العديد من المشاريع المنفذة في العالم وهي تقدم الاستشارات التجارية وكان قد تم تكليف احد المكاتب الاستشارية الأمريكية بدراسة تطوير المسائل الادارية لبنك انجلترا الدولي الذي يمتد عمره إلى 240 سنة[64].

وفي العالم النامي وبالجزائر بالتحديد استقدمت الحكومة عدد من الخبراء الأمريكان المعروفين في عالم التجارة إلى مكاتب شركاتها التجارية المملوكة للدولة وفي السعودية أيضا كانت الخدمة التلفزيونية التي يستقبلها السكان المحليون تمول وتدار من قبل شركة النفط الأمريكية العربية المملوكة للكارتل شركات نفط تكساس[65].

(4) مجموعة الترتيبات العسكرية: تقوم عدد من المؤسسات العسكرية في الدول المتقدمة بتوظيف وسائل الإعلام لخدمة أهدافها الخارجية الدعائية والسياسية عبر العالم، وتعبر أمريكا هي الرائدة في هذا المجال، وكانت تمتلك في بداية السبعينات شبكة بث عبر العالم تشمل (38) محطة تلفزيونية و(300) مرسلة إذاعية، وانشأ الجيش الفرنسي جهاز (السيبرا) وهي إدارة للمعلومات تابعة للجيش في السبعينات من اجل إضفاء المصداقية عليها إمام

الجمهور وحاولت أنتاج البرامج الشعبية الجذابة للمشاهدين عن طريق الإنتاج المشترك مع شبكات التلفزيون التجارية[66].

والهدف من وراء كل هذا النشاط الإعلامي الذي تقوم به هذه المؤسسات العسكرية في العالم يهدف وكما وصفه هربرت شيللر إلى تحقيق هيمنة الكترونية اتصالية عالمية تكرس سيطرة عسكرية وسياسية اقتصادية وثقافية وتجسد مظاهر وصور الهيمنة التي ذكرناها الاختراق التقني - الإعلامي - الثقافي - الذي يهدف في حقيقته إلى السيطرة على مقدرات الشعوب والتحكم في مصيرها ومستقبلها وتغيير ملامحها الثقافية والاجتماعية من خلال استخدام عدد من الآليات والأدوات وكما يأتي:

(1) وكالات الإنباء الدولية: تسيطر عدد من هذه الوكالات العالمية واشهرها (الاسوشتيتد برس واليونايتد برس انترناشيونال الأمريكتين، ورويتر البريطانية، ووكالة الصحافة الفرنسية، وتاس الروسية) على سوق الأخبار الدولية وهي تحافظ على اتجاه وحركة الأخبار في العالم بشكل رأسي من الشمال إلى الجنوب فضلا عن ممارستها نوعا من التحكم والسيطرة بالكيفية في نقل مضامين هذه الإنباء وهي تهتم بأخبار الدول المتقدمة وتبرزها بشكل أساسي وتتناول بسطحية بعض إخبار الدول النامية وتركز على ما يحمل عنها الصورة السلبية من الأخبار التي تتحدث عن المشاكل السياسية في هذه البلدان والكوارث وأحداث العنف والمشاكل الاقتصادية[67].

وتتجاهل تلك الوكالات الأخبار الايجابية عن الدول النامية والتي تجسد الإنجازات والمشاريع المختلفة ونجد أن وكالة رويترز على سبيل المثال

تكرس(40%) من إخبارها لأوربا الغربية و(4%) لأسيا ونفس النسبة نجدها بالنسبة لوكالة الصحافة الفرنسية، أما وكالة يونايتدبرس انترناشيونال الأمريكية فهي تخصص (71,2%) من مخرجاتها لأمريكا الشمالية وعلى (3,2%) لأمريكا اللاتينية وعلى (1,8%) لإفريقيا[68]، ومن جهة أخرى وعلى الصعيد العربي نجد أن معظم الصحف العربية تعتمد على ما تبثه هذه الوكالات الإخبارية من إنباء وتشير أحدى الدراسات في هذا الصدد إلى إن (46,7%) من الإنباء الدولية المنشورة في 9 صحف عربية نقلت إليها عبر الوكالات الغربية الكبرى وان (26%) من هذه الإنباء نقلت عبر وكالات إنباء تابعة لدول شرقية وجاءت من المصادر الغربية نفسها بنسبة (22%) من الإنباء المنشورة في هذه الصحف[69].

(2) الشركات المتعددة الجنسية: تطلق على بعض التجمعات الاقتصادية العملاقة عدة تسميات منها عبر الوطنية والشركات متعددة الجنسيات ومنها شركات الاستثمار الإعلامي وهي تمتلك سطوة كبيرة وتأثير مباشر على مفاصل الإنتاج والاقتصاد في الدول التي تعمل فيها وتقوم بتسويق منتجاتها المتنوعة إلى مختلف الدول من الالكترونيات وأجهزة الاستقبال والإرسال المستخدمة في وسائل الإعلام. وتسيطر أكثر من(15) مؤسسة متعددة الجنسية بطرق مختلفة على الجزء الأكبر من عمليات الاتصال والإعلام في العالم[70].

وقد أبدت لجنة ماكبرايد المكلفة بدراسة مشكلات الاتصال في العالم إزاء نشاط هذه الشركات قلقها وتحفظها وقدمت استنتاجات مهمة أكدت فيها على إن "تلك الشركات تحاول إيجاد نماذج معينة لفعالية الإنتاج بالاستعانة بالتقنية العالية لإيجاد واقع جديد في ميدان الإعلام يظهر تأثيره في المجتمع،

عندما يهيئ النشاط غير الوطني الظروف لظهور سمة معينة من سمات التبعية وتقدم الإطار الثقافي الذي يشجع نمو نموذج اقتصادي واجتماعي في عالم اليوم، وتظهر أثار النشاط الإعلامي الذي تمارسه هذه الشركات على الأذواق والقيم وأساليب الحياة وأنماطها في معظم بلدان العالم وتكون غريبة عنها ما دامت مستوردة ومتدفقة ومنقولة إليها نقلا"[71].

(3) الإعلان الدولي: تقوم ظاهرة استثمار الإعلان على المستوى الدولي في الأساس من اجل إشاعة مبادئ الاستهلاك وخلق نماذج حياتية (حضارية) جاهزة تدفع الناس إلى اقتناء سلع قد لا يحتاجونها وتقول أحدى الباحثات الاجتماعية في أمريكا اللاتينية حول التأثير الاجتماعي للإعلان الدولي "انه يدفع الناس إلى غسل أسنانهم ثلاث مرات يوميا حتى وان كانوا لا يملكون شيئا".

وقد عمل انتشار المنتجات الغربية والأمريكية في الأسواق الدولية من خلال استخدام وسائل الاتصال الجماهيري للترويج عنها على خلق مشاكل اقتصادية كبيرة للدول النامية، وتكشف أرقام الإنفاق الإعلاني المتزايدة وحجم الاستثمار في ميدان الإعلام بأن أكثر من نصفها تأتي من أمريكا إضافة إلى الدول الأخرى مثل اليابان وفرنسا وبريطانيا وألمانيا ومن خلال الشركات الإعلانية التي ظهرت على المستوى الدولي منذ الستينات والسبعينات من هذا القرن وبدأت الانتشار عالميا مع تنامي الأسواق الاستهلاكية في العالم[72].

وظلت الوكالات تسعى إلى الهيمنة على طريقة تفكير الناس والتحكم في سلوكهم وعاداتهم الشرائية في ظل تجانس دولي في عادات الاستهلاك، وتوجد حوالي (21) وكالة أمريكية للإعلان تسيطر على الإعلان الدولي ولها فروع

في جميع أنحاء العالم وهي تسيطر على (75%) من سوق الإعـلان الـدولي وفي بلـدان مجلـس التعاون الخليجي (56%) من سوق الإعلان العربي كله، وأنشأت هذه الوكالات إضافة إلى كـل ذلك عدة صحف عربية في لندن وباريس وقبرص وهي توزع في إنحـاء الـوطن العـربي وأوربـا وكذلك محطات تلفزيونية تجارية تعتمد جميعها في تمويلها على الإعلان[73].

وتعد الصحف أيضا من الوسائل الإعلامية التـي تعتمـد كثـيرا عـلى الإعـلان في تمويلهـا وتغطية نفقاتها وتفيد الإحصائيات أن (80%) من إيرادات الصحف يأتي عـن طريـق الإعـلان وكما تسهم هـذه الإعلانـات بنسـبة تصـل إلى (100%) مـن ميزانيـات العديـد مـن محطـات الإذاعة والتلفزيون في العالم وقد يمكن القول في نهاية الأمر إن الإعلان أصبح صـناعة أمريكيـة إذ إن لها (21) وكالة إعلان كبرى من مجمل وكـالات الإعـلان الدوليـة الكـبرى والبالغـة (25) وكالة كما إن (61%) من سوق الإعلانات الدولية هو لأمريكا وان (25%) من هذه الإعلانـات هي لأوربا الغربية وتحتفظ كل من أسيا وأفريقيا وأمريكيا اللاتينية بنسبة (13%) من حصـة الإعلان الدولي[74].

تدفق الأفلام وبرامج التلفزيون العالمية

ازدهرت صناعة التلفزيون في الخمسينات من هذا القرن ، وكانت بعض الشركات مثل (NBC,ABC,CBS) الأمريكية تحتكر النشاط التلفزيوني في العالم بعد احتكارها لصناعة الراديو من قبل وكانت تلك الفترة قد شهدت دخول التلفزيون الملون وفقا لنظام NTSC الأمريكي في العالم[75].

وجعلت الشركات المتعددة الجنسية والكارتلات التجارية الكبرى التي دخلت ميدان الاستثمار الإعلامي من الصعب التعرف على مصادر البرامج العالمية وتحديد هويتها وهي تخضع إلى الإنتاج المشترك والمتعدد الجنسية، وتتجه حركة تلك البرامج التلفزيونية في العالم باتجاه واحد بسبب ضخامة الإنتاج القادم من مصادر محددة وفي مقدمتها أمريكا التي تعدت ابعد الحدود عن اقرب منافسيها الآخرين في هذا المجال وهي تمتلك أضخم أنتاج أعلامي في العالم وتسود في ميدان الإنتاج والتسويق منذ منتصف الستينات عندما كانت تصدر أكثر من ضعف ما تصدر كافة الدول مجتمعة[76].

وتشكل الصناعة الإعلامية تلك إحدى أهم صادرات أمريكا المهمة للعالم بالرغم من أنها تمتلك سوق محلية من الضخامة بحيث يؤمن لها ولشركاتها توزيعا واسعا لبرامجها وأفلامها التلفزيونية والسينمائية وهو يغطي لها قدرا كبيرا من تكاليف الإنتاج وجني بعض الإرباح، وقد بلغ إجمالي معاملاتها التجارية في هذا الصدد في عام 1992 حوالي 300 مليار دولار[77] وقد ترتب جراء كل ذلك همينة منتجاتها السينمائية والتلفزيونية على مساحات

واسعة من البث التلفزيوني للعديد من المحطات العالمية والوطنية في مختلف إرجاء العالم وكل ذلك يعود إلى أسباب عديدة منها[78]:

(1) طول ساعات البث اليومية في محطات التلفزيون الوطنية -الحكومية والتجارية- وهي تستهلك جراء كل ذلك كم كبير من ساعات البرامج التي لا يلبيها الإنتاج الوطني في هذا المجال لذلك هي تتجه للاستيراد لسد حاجاتها المتزايدة.

(2) الأسعار المناسبة التي تطرحها شركات الإنتاج والتوزيع لهذه البرامج تكون أكثر جدوى واقل كلفة من المنتج الوطني الذي يكلف مبالغ باهظة.

(3) الطلب المتزايد على البرامج الأجنبية في العديد من الدول لاعتبارات تتعلق بمستواها الفني العالمي ومضامينها الترفيهية الخفيفة مقارنة مع المنتج المحلي المماثل والمتواضع من حيث المضمون.

(4) وجود الامكانات المتطورة في مجال تقنية البث التلفزيوني أدى إلى ظهور قنوات تلفزيونية جديدة وتعددها في البلد الواحد، وهذا يعني زيادة الحاجة إلى البرامج الجديدة التي لا يشبعها إلا الاستيراد لاسيما عندما تكون هذه القنوات تجارية تعتمد في تمويلها على الإعلانات، وهي تقدم برامج ذات صفة ترفيهية لإرضاء المعلنين وجذب جماهير أكثر[79].

وتولي السياسات التسويقية لشبكات البرامج العالمية قضية حجم التعرض لبرامج التلفزيون اهتماما خاصا في تحديد أسعار برامجها من خلال

إلية تبدأ عندما تقوم هذه الشبكات بإنتاج البرامج والأفلام ومـن ثـم تسـويقها وتوزيعهـا إلى مختلف أنحاء العالم بشكل مباشر أو عن طريق مراكز إقليمية للتوزيع ويـتم أثنـاء التسـويق مراعاة عدد أجهزة الاستقبال في الدولة المستوردة لغرض تحديـد أسـعار هـذه الـبرامج حيـث تكون العلاقة عكسية كلما ارتفع عدد الأجهزة في الدول المستوردة كلما كانت الأسعار مناسبة وليس على حساب كلفة المصنف الأصلية. مثال ذلـك إن البرنـامج الـذي يتكلـف (100) ألـف دولار يباع إلى هذه الدول في أقصى تقدير ب- (50) دولار[80].

ويأتي الوصول إلى الأهداف التجارية التي تسـعى إليهـا مؤسسـات الاسـتثمار الإعلامـي المتعددة الجنسية يأتي على حساب مضمون هذه البرامج والأفلام المنتجـة مـن خـلال التركيـز على الترفيه في مضامينها بعيدا عن أي أفكار تثير الخـلاف أو الرتابـة والملـل، وتعتمـد شركـات الإنتاج الإعلامي الكبرى على توظيف استثمارات مالية ضخمة لتمويل صناعتها وبعضها يضـم في ملكيته بعض المصارف المالية الكبرى حيث تسـيطر عـدة شركـات أمريكيـة وهـي لا تهـتم أساسا بالجودة في مضامين البرامج التي تنتجها وتقدمها وقيمتها الثقافية بل تنظر إليه كسلعة تطلبها الشبكات التلفزيونية ويرضى عنها المعلنون ومن الناحية العملية يعتبر إنتـاج وصـناعة برامج التلفزيون من الصناعات الباهظة التكـاليف والتـي تحتـاج تقنيـات متطـورة وأسـواق استهلاكية ضخمة، لـذلك تـوفر الشركـات الأمريكيـة 75% مـن تكـاليف الإنتـاج مـن السـوق المحلية الأمريكية ومن ثم تطرحها في الأسواق الدولية لتوفر 10%-20% مـن كلفتهـا، ونفـس الشيء بالنسبة للسينما حيث تستمد الشركات المنتجة من السوق الأجنبي غالبية عائداتها[81].

وتتدخل شركات الاستثمار الإعلامي الكبرى أيضا في صناعة البرامج والأفلام الوطنيـة في العديد من الدول من خلال عمليات التمويـل ،ففـي إنكلـترا تمـول شركـات الأفـلام الأمريكيـة خمسة أضعاف الأفلام التي تمولها الشركات البريطانية ، ولقد دفع ذلك الواقع احـد المخـرجين البريطانيين إلى القول "بأن في إنكلترا صناعة سينمائية مزدهرة تمتلكهـا هوليـود بنسـبة 100% كما تساهم هذه الشركات في حوالي 25% من عملية أنتاج الأفلام الفرنسية والإيطالية"[82].

وتعرض الأفلام والبرامج الأمريكيـة في أكـثر مـن (110) دولـة وتـأتي تلـك الـبرامج مـن (160) شركة أمريكية تسوق هذه البرامج ومن اشـهرها شركـات (كولومبيـا، بارامونـت، مـترو جولدن، يونفرسال، الشركة الوطنية، شركة نيت وغيرها من الشركات)[83].

ويشكل مفهوم الترفيه في الحسابات التجارية معايير تحدد فترات العرض للبرامج والإعلانات وبالتالي أسعار تلك الـبرامج، ومـن خـلال تلـك المعطيـات يمكـن تخيـل عـدد المستقبلين الذين سيشاهدون البرامج أو ذاك الذي سيعمل المعلنون على تمويله، ويقـول احد الخبراء الغربيين في هذا الصدد بـأن مفهـوم الترفيـه في تصـوري هـو مفهـوم شـديد الخطورة إذ تتمثل الفكرة الأساسية للترفيه في انه لا يتصل من بعيـد أو قريـب بالقضـايا الجادة في العالم وإنما هو مجرد مـلء سـاعات الفـراغ، والحقيقـة أن هنـاك إيديولوجيـة مضـمرة بالفعـل في كـل أنـواع القصـص الخياليـة. فعـنصر الخيـال يفـوق في الأهميـة العنصر الواقعي في تشكيل أراء الناس والمشاهد ليس عميلا للتلفاز بـل مجـرد مسـتهلك لـه وان مـا يشـتريه المعلـن تمامـا كـما تشـتري قطعـان الماشـية (2,5) دولار للكميـات

الكبيرة (دون انتقاء) ومن (4-8) دولارات للإلف عند الانتقاء (شابات / شبان/ مراهقون) وحسب المنتج التجاري وتسويقه"[84].

وكان من المتوقع إن يقود تنوع القنوات التلفزيونية وتعددها داخل البلد الواحد إلى إتاحة الفرصة للمشاهدين لاختيار وانتقاء الأفضل من العروض البرامجية المقدمة من على شاشة تلك القنوات ولكن الواقع يشير إلى إن هذا التنوع قادر على التوحد التدريجي للبرامج (خاصة المحطات التجارية) ضمن إطار تنميط المحتوى والتخلي عن البرامج ذات المحتوى الثقافي لأسباب اقتصادية بحتة وليس بسبب النوايا السيئة للمؤسسات المنتجة[85].

وقد يكون المجتمع الأمريكي من أكثر المجتمعات التي تعاني من هذا السيل من البرامج والإعلانات التي تتضمن الترفيه وتدعو للاستهلاك وهي تحاول أن تسفه الاهتمامات والأذواق وتسطحها لاسيما مع ظهور وتعدد القنوات التلفزيونية والتجارية وارتفاع ساعات بثها . وقد وصف احد علماء الاتصال هذا الواقع "أن هذا الدور الذي تقوم به شبكات التلفزيون هنا " كمن يدفع للعازف أجره وله الحق في طلب اللحن الذي يستهويه" وهي تطبق على عقلية وتفكير وسلوك المجتمع الأمريكي من خلال برامجها.

ويماثل تقبل الناس للبرامج الهابطة ومشاهد العنف والجنس كالإدمان على المخدرات والتدخين حيث يدمن المشاهد على هذا النمط من البرامج وهم يصدمون بها في البداية ولكن سرعان ما يتعودون عليها ليكونوا أسرى لها ولا يرضون بغيرها"[86] ومن المؤكد أن هناك في أمريكا جمهور من الصفوة والمثقفين الذين يطالبون ببرامج ذات مضامين إنسانية وقيم اجتماعية صحيحة

لكن القرار يعود في النهاية للشركات وجهات الإنتاج التي لا تفضل الخوض في أنتاج مثل هذه البرامج التي لا يكفلها المعلنون، ويصف مايكل ارلين مدير أحدى المحطات التجارية التلفزيونية البرامج المستوردة لشبكة التلفزيون العامة في أمريكا من محطة التلفزيون البريطاني " برنامج فيينا الذي عرض على شاشة تلفزيون محطة الخدمة العامة على انه برنامج موجه للصفوة من المشاهدين يعتبر برنامجا سطحيا يقوم على نفس القيم الإنتاجية الزائفة التي تطالب بتغييرها"[87].

وتثير قضية المضامين الترفيهية التي تسود البرامج التي تقدمها المحطات التلفزيونية حفيظة الأوربيين حيث تستهلك محطاتهم وخاصة التجارية منها العديد من ساعات البرامج الترفيهية والخفيفة، وقد أظهرت نتائج دراسة أجراها المعهد الأوربي لوسائل الاتصال وتولتها هيئة الإذاعة النمساوية (CRT) الحقائق حول واقع التلفزيون التجاري في أوربا ، حيث يبلغ فيها الإرسال التجاري حوالي9 ساعات يوميا ويتضمن 75-80% من البرامج الخفيفة مع مقتطفات من أشرطة الفيديو[88].

وقد جاء في دراسة للمعهد الأوربي لوسائل الاتصال الإشارة إلى إن البرامج المستوردة الداخلة في إرسال المحطات التلفزيونية التجارية الأوربية الثلاثة SATI و SKY CHANNAL وRTL PIUS وهي عبارة عن برامج خفيفة يتم شراؤها بالجملة من مزادات البيع العالمية وتكون عادة ذات نوعية متدنية ، وتقوم هذه المحطات التجارية بعرض البرامج التي ترفضها الهيئات التلفزيونية العالمية لغياب المعايير النوعية فيها ففي فرنسا على سبيل المثال ترتفع نسب البرامج الترفيهية في محطاتها التلفزيونية وحتى التابعة

منها للقطاع العام مثل وهي تستهلك 28% من إرسالها. واغلب هذه البرامج الترفيهية المتداولة أمريكية المنشأ وهي تصل إلى نسبة 90% من الإرسال الكلي في شبكات المشاهدة بمقابل - شبكات الكيبل مثل شبكة "ميرفيجن"وشبكة WORLD NET وغيرها من الشبكات المنتشرة في أوربا وكان الإقبال على المنتجات التلفزيونية الأمريكية قد ازداد هناك لاسيما بعد انخفاض قيمة الدولار الأمريكي في الأسواق الأوربية حيث تم استيراد كميات كبيرة من الأفلام والبرامج[89].

وقد شبه جاك لانج وزير الثقافة الفرنسي السابق في مقال نشرته جريدة لوموند القنوات التلفزيونية التجارية بأنها "صنابير تدفق منها المسلسلات الأمريكية وانه في يوم الأحد مثلا وفي الساعة الواحدة والنصف ليلا تجده مزدحما بالمسلسلات والأفلام الأمريكية على القنوات في فرنسا كما في غالبية الأفلام التي تبث في الثانية والنصف ليلا هي أمريكية وهذا يقتل السينما الفرنسية ، بل انه قتلها بالفعل حيث هبطت في الأعوام الأخيرة نسبة الأفلام الفرنسية من 50% من مجمل الإنتاج المعروض في دور السينما إلى 30% وعدد مشاهدي الأفلام السينمائية الفرنسية هبط من 80 الى30 مليون مشاهد[90].

وتخضع إلية عمل التلفزيون وتنظيمه في العديد من دول العالم تخضع إلى بعض القوى المتحكمة في عملها وهي غالبا ما تفرض أرادتها على سياسة المحطة التلفزيونية وتحدد ملامحها واتجاهاتها العامة وتمثل تلك القوى:

(1) السياسيون

(2) المعلنون

(3) الجمهور المتلقي

وبعيدا عن تفاصيل وظروف هذه العلاقة تشير إلى إن هـذه القـوى تمـارس دورهـا في سياسة المحطة التلفزيونية إما مجتمعة أو منفردة ويصل ذلك التحكم إلى حدود بعيدة حيث من الممكن أن تنهار بعض المحطات التلفزيونية في العالم تحت ضغط أحـدى هـذه القـوى أو جميعها[91] وتطبق هذه الدول أيضا نظام الحصص الذي يشترط وجود نسبة محددة للـبرامج الأجنبية المعروضة في ساعات الإرسـال لا يـتم تجاوزهـا[92]، واتسـم البـث التلفزيـوني المبـاشر بالعديد من الخصائص على المستوى السياسي والثقافي والتقنـي والتجـاري وهـو جـع--ل مـن تدفق البرامج على شاشة قنوات التلفزيـون الفضـائية الدوليـة يتخـذ اتجاهـات تثـير مشـاعر متناقضة من القلق والتفاؤل لدى العديد من دول العالم. ومن ابرز تلك الخصائص:

(1) أثار استقبال الإرسال التلفزيوني بشـكل مبـاشر في المنـازل دون المـرور – بالرقابـة- انزعاج بعض الدول والحكومات خاصة عنـدما تكـون هنـاك تـوترات وخلافـات سياسـية بـين بعض الدول التي يصل بث قنواتها التلفزيونيـة الفضـائية داخـل العديـد مـن الـدول وتنقـل البرامج الوافدة نمط الحياة السياسية ومستوى الأداء السـياسي في الـدول الغربيـة عـلى سـبيل المثال وتصور مشاركة الجماهير في الإرادة السياسية والانتخابات وهذا يشكل ضـغطا سياسـيا

يثير انزعاج بعض أنظمة الدول النامية فضلا عن الأبعاد الإيديولوجية والبناء السياسي وهو ما يعتبره البعض جزء من الشؤون الداخلية التي تنتهكها هذه القنوات الفضائية[93].

(2) ينجم عن هذا النوع من البث التلفزيوني العديد من الآثار الثقافية والاجتماعية وهو يتيح للمشاهدين خيارات متعددة من القنوات والمحطات التلفزيونية الفضائية والوطنية وهذا التعدد قد يضعهم في موقع المختار المتردد الذي قد يختار الأسوأ منها جراء الأغراء الذي تشكله بعض المحطات وما تقدمه من صور وألوان جذابة وبرامج مشوقة[94].

(3) أدى تزايد وانتشار المحطات التلفزيونية الفضائية على المستوى الدولي إلى زيادة الاهتمام بالتخطيط الاقتصادي لتلك القنوات على حساب نوعية البرامج المعروضة وهذه القنوات اغلبها محطات تجارية تهدف إلى الربح بالدرجة الأساس.

(4) مع زيادة القنوات التلفزيونية الفضائية ظهرت في مناطق متعددة من العالم محطات تلفزيونية تقوم بتسجيل البرامج والأفلام التي تقدمها هذه القنوات وتعيد بثها إلى السكان المحليين، وهناك أيضا مكاتب وشبكات لتوزيع أشرطة السي دي تقوم بعمل مماثل وهو الأمر الذي دفع الدول وجهات الإنتاج والقنوات التلفزيونية إلى التأكيد على ضرورة ضمان حق الأداء العلني لتلك البرامج، وان تكون تلك الجهات مستعدة لتقاضي ثمن عرض هذه البرامج والأفلام كنظير مقابل إنتاجها وضمان لحقوق الممثلين وجهات التوزيع، وكانت المطالبة بتشريع القوانين في هذا الخصوص تهدف إلى ضمان تلك

الحقوق وظهرت في مناطق متعددة في العالم محطات قرصنة تلفزيونية تعمل بسرية وبشكل غير قانوني.

(5) أدى التنوع الكبير في العروض التي قدمتها القنـوات التلفزيونيـة إلى قتـل الإنتـاج المحلي للبرامج والأفلام، وهناك العديد من الدول تقوم باختيـار وتسـجيل بعـض الـبرامج مـن القنوات التلفزيونية الفضائية وإعادة بثها وطنيا لتسد النقص الكبير الذي تعاني منه في مجال البرامج، وبعيدا عن الجانب القانوني لهذه العملية فأن هذه الصيغة الجديدة في الحصول على البرامج دون اللجوء للسياقات المتبعة في الاستيراد والتبـادل ألبرامجـي قـد تـؤدي إلى أضـعاف وإهمال الإنتاج المحلي الذي يتطلب إنجازه تكاليف باهظة وعادة ما يكـون اقـل جـودة مـن الناحية الفنية.

مصادر وهوامش الفصل الأول :

(1) وارن.ك.أجـي.فيليـب أولـن،أيـدوين ايمـرى: وسـائل الإعـلام، ترجمـة ميشـيل تكلا،القاهرة،1994، ص48.

(2) صدر في فرنسا عام 1789 إعلان حقوق الإنسان وكانت الحرية المعنية تشير أساسا إلى حرية الأفكار لأصحابها ومروجيها ومن ثم كادت شكلا مختارا من الحرية.

(3) شون ماكبرايد وآخرون : أصوات متعـددة وعـالم واحـد ،الجزائـر،الشركـة الوطنيـة للنشر والتوزيع ،1981،ص37.

(4) المصدرنفسه: ص38.

(5) احمد بدر: الإعلام الدولي، القاهرة، 1977، ص126.

(6) د.ر.مانكيكان: تدفق المعلومات بين الدول المتقدمة والدول النامية ،ت فائق فهيم ،الرياض،دار العلوم للنشر،1982،ص21.

(7) عواطف عبد الرحمن: قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث ،الكويـت ،سلسلة عالم المعرفة،1984،ص219.

(8) د.ر مانكيكان: مصدر سابق، ص52.

(9) المصدر نفسه: ص27.

(10) سعيد محمـد السـيد: نمـاذج التـدفق الـدولي للأنبـاء، مجلـة السياسـة الدوليـة، القاهرة، السنة 25، العدد1988,94،ص57.

(11) سعيد آل زعير: التلفزيون والتغيير الاجتماعـي في البلـدان الناميـة ،الريـاض ،بـلا تاريخ ،ص179.

(12) غوران هدبرو: الاتصال والتغيير الاجتماعي في البلدان الناميـة ،ت محمـد نـاجي الجوهر ،بغداد ،دار الشؤون الثقافية العامة ،1991،ص79.

(13) د.ر.مانكيكان، مصدر سابق، ص24.

(14) المصدر السابق ، ص27.

(15) غوران هدبرو، مصدر سابق، ص79.

(16) د. ر.مانكيكان: مصدر سابق، ص30.

(17) herbert I .schiller, the diplomacy of cultural domination and the free flow of information- politics of news, edt jaswant s.yadava India ,1984,p.18

(18) سعيد محمد السيد: مصدر سابق ،ص64.

(19) المصدر نفسه: ص64.

(20) احمد بدر: مصدر سابق، ص229.

(21) فائق فهيم: الأعلام المعاصر، قضايا وأراء، الرياض، دار الوطن للنشر، 1985، ص25،

(22) احمد بدر: مصدر سابق، ص137.

(23) عواطف عبد الرحمن: مصدر سابق، ص222.

(24) محمد حسين طلال: التداول الإعلامي والحق في الاتصال، حـق الاتصـال ،بغـداد، دائرة الشؤون الثقافية العامة ،1982،ص192.

(25) جيهان رشتي: تدفق الإنباء الأجنبية في الإعلام العربي، ترجمة: عبد العزيز شرف، مجلة شؤون عربية، عدد17، تموز1982، ص186.

(26) د.ر مانكيكان: مصدر سابق، ص20.

(27) مصطفى المصمودي: النظام الإعلامي الجديـد، الكويـت، سلسـلة عـالم المعرفـة، 1985،ص86.

(28) Herbert, I.eSchiller ,.op.cit., 1984 p.7.

(29) Ibid : p.p7

(30).c.S.sederberg.terrorest. myths,New jersey, 1969,p.120 Peter

(31) محمد علي الاصفر: مظاهر الغزو الثقافي الاوربي المعاصر للـوطن العـربي، مجلـة البحوث العربية، طرابلس السنة الاولى، عدد 2، 1992، ص35

(32) Noreene Janus. Communication and social stracture , New york ,1981,p.322

(33) احمد بدر: مصدر سابق، ص47

(34) Noreene Janus. op. Cit .p.322

(35) زبيغنيو بريجنسكي: بين عصرين (الاستراتيجية الامريكيـة في العهـد التكنـتروني)، ترجمة: محجوب عمر، ط2، القاهرة، 1988،ص43

(36) المصدر نفسه: ص43

(37) مصطفى المصمودي: مصدر سابق، ص204

(38) ميشيل كولون: احذروا الإعلام، ص354

(39) د.ر مانكيكان: مصدر سابق، ص124.

(40) محمود اللبدي: دوافع مشاهد العنف في المسلسلات التلفزيون الأمريكية ،مجلة الإذاعات العربية، تونس،اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد1991,2،ص70.

(41) فائق فهيم: مصدر سابق، ص25.

(42) المصدر نفسه: ص22.

(43) صالح أبو إصبع: وسائل الإعلام والانسلات الثقافي - مجلة شؤون عربية، تونس، عدد17/تموز1982، ص179.

(44) جيهان رشتي: الآثار الثقافية للاتصال عبر الأقمار الصناعية، مجلة الإذاعات العربية، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد1991,2، ص43.

(45) الإعلام والأمن الثقافي العربي: حلقة نقاش، مجلة المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، السنة 17، العدد1995,192، ص92.

(46) فتحي الابياري: الإعلام العربي والدولي والدعاية، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 1985، ص140.

(47) نجيب محمد الصرايرة: الهيمنة الاتصالية (المفهوم والمظاهر)، مجلة العلوم الاجتماعية، الكويت، عدد (2)،1990،ص148.

(48) مصطفى المصمودي، مصدر سابق، ص146.

(49) حسام عيسى: نقل التكنلوجيا (تحديث أم تبعية)، مجلة المنار، باريس، السنة الثالثة، عدد (11)1987،ص75.

(50) ياس ألبياتي: دراسات معاصرة في الدعاية والإعلام، بغداد، دار الحكمة للطباعة والنشر،1991،ص147.

(51) صالح أبو إصبع: مصدر سابق، ص174.

(52) البث المباشر عبر الأقمار الصناعية قضية مواجهة: مجلة البحوث الإعلامية ،طرابلس،عدد (2)،1992،ص46.

(53) سامية جابر: الاتصال الجماهيري، القاهرة، دار المعرفة الجامعية،1982،ص273.

(54) ميشيل كولون: مصدر سابق، ص353.

(55) وجيه كوثراني: الغزو الثقافي الغربي الممهد والمتوافق مع الاستعمار القديم في الوطن العربي، مجلة الأديب، بيروت، السنة (30)، العددان 1982,4,3،ص51.

(56) نادية حسن سالم: النظام الإعلامي الجديد، مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة، 1986،ص94.

(57) محمد ألدعمي: الثقافة العربية وجدول الغزو الثقافي، مجلة شؤون عربية، القاهرة، العدد(80)1994،ص174.

(58) عواطف عبد الرحمن: مصدر سابق، ص64.

(59) د.ر.مانكيكان: مصدر سابق، ص97.

(60) عواطف عبد الرحمن: مصدر سابق،67.

(61) سامية جابر: مصدر سابق، ص27.

(62) هربرت أ.شيللر: المتلاعبون بالعقول، ت عبد السلام رضوان، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، 1986،ص166.

(63) التلفزيون التجاري في أمريكا: ت غازي زين، ط، تهامة للنشر،1984،ص31.

(64) هربرت أ.شيللر: مصدر سابق، ص183.

(65) Herbert I .schiller ,mass communi cation and American empire,new york,1970,p.85.

(66) ميشيل كولون: مصدر سابق، ص369.

(67) محمد مصالحة: التعاون العربي في ميدان الإعلام والاتصال، مجلة التوثيق الإعلامي، بغداد، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي - مجلد(2)السنة (2)عدد(2)1983،ص20.

(68) ميشيل كولون: مصدر سابق، ص350,349.

(69) ياس ألبياتي: الاستراتيجية الأمريكية للغزو الإعلامي، مجلة شؤون سياسية ،بغداد،دار الجماهير، السنة(1)، العدد(2)،1994، ص53.

(70) عواطف عبد الرحمن: مصدر سابق، ص87.

(71) عزيز الحاج: الغزو الثقافي ومقاومته، بيروت، المؤسسة العربية للنشر، 1983، ص16.

(72) محمد نجيب الصرايرة: مصدر سابق،ص145.

(73) فاروق أبو زيد: التحديات الإعلامية العربية من الخمسينات إلى الثمانينات، مجلة المستقبل العربي، بيروت، السنة (13)، العدد(128)،1989، ص70.

(74) عواطف عبد الرحمن: مصدر سابق، الصفحات 101,97,96.

(75) انشراح الشال: الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية، القاهرة، دار الفكر العربي،1986،ص291.

(76) Herbert I ,Scheller ,mass communication and aii erican empire ,1970 p.85.

(77) رؤوف ألباسطي: نحن والغات، مجلة الإذاعات العربية، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد1994,1،ص4.

(78) جيهان رشتي: التنسيق والتعاون في مجال التلفزيون عربيا وعالميا، الرياض، جهاز تلفزيون الخليج ،1983،ص24

(79) المصدر نفسه: ص28.

(80) عدلي سيد رضا: تدفق البرامج من الخارج في تلفزيون مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة،1979، ص39.

(81) جيهان رشتي: التنسيق والتعاون في مجال التلفزيون عربيا وعالميا ،م.س .ذ،ص94.

(82) المصدر نفسه: ص23.

(83) المصدر نفسه: ص23,22.

(84) هربرت أ.شيللر: المتلاعبون بالعقول: مصدر سابق، ص106,104.

(85) انجبورغ بينت: تقنيات الاتصال وأثارها على الثقافة،دور الإذاعة والتلفزيون في التنمية الثقافية، مصدر سابق، ص73.

(86) إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ج2،القاهرة، دار الفكر العربي،1985، ص223.

(87) التلفزيون التجاري في أمريكا: مصدر سابق، ص46.

(88) رؤوف ألباسطي: تطور البرمجة التلفزيونية والإذاعية في عهد أقـمار البـث المبـاشر، مجلة بحوث بغداد، المركز العربي لبحوث المشاهدين والمستمعين العرب،عدد1983,21،ص69.

(89) جورج مايكـل لوغـان: مسـتقبل الإرسـال التلفزيـوني الأوربي عـبر الأقـمار الصـناعية وتأثيره على الدول العربيـة ،مجلـة الإذاعـات العربيـة، تـونس، اتحـاد إذاعـات الـدول العربيـة، عدد1987,3،ص23.

(90) حمدي قنديل: التلفزيون والثقافة الوطنية،وقائع نـدوة دور الإذاعـة والتلفزيـون في التنمية الثقافية، مصدر سابق، ص94.

(91) Anthony Smith ,British, Broadcasting, London ,1974,P.141.

(92) سهير بركات: مصدر سابق، ص17.

(93) جيهان رشتي: التنسيق والتعاون في مجال التلفزيـون دوليـا وعربيـا، مصـدر سـابق، ص28

(94) سهير بركات: مصدر سابق، ص118.

الفصل الثاني

صناعة السينما الأمريكية

واستراتيجيتها الثقافية

- محطات من تطور السينما الأمريكية
- بنية الصناعة السينمائية الأمريكية
- التسويق ودور العرض داخل أمريكا
- الشركات السينمائية الأمريكية
- الأفلام الأمريكية خارج الولايات المتحدة
- الأفلام الأمريكية وأبعادها الثقافية
- صناعة النجوم في السينما الأمريكية
- العنصرية وتشويه الصورة القومية
- أصناف الأفلام الأمريكية
- مصادر وهوامش الفصل الثاني

محطات من تطور السينما الأمريكية

يرتبط التناول التاريخي لنشأة السينما وتطورها بجوانب فنية واتصالية وتقنية عدة، وبينما استفادت السينما على المستوى التقني من الثورة التكنولوجية خلال القرن العشرين قامت أيضا بتوظيف ما بلورته فنون أخرى من عناصر فنية لاسيما من المسرح والأدب- الرواية تحديدا- وعلى الصعيدين التاريخي والتقني وتعد السينما اختراعا ظهر أول مرة في عام 1888 على يد المخترعين أديسون ودي كسون من خلال ابتكارهما كاميرا للصورة المتحركة ونجاحهما في ما بعد بإنشاء استديو بدائي للصور المتحركة في عام 1891[1].

وفي عام 1895 أنتج الأخوان الفرنسيان لوميير فيلمهما الأول كما أسسا دارا خاصة بهما في باريس لعرض الأفلام السينمائية[2] كما شهد العرض السينمائي تطورا ملحوظا في العام 1895 عندما عرض توماس ارات فيلما في معرض ولاية القطن في اطلانطا كما عرض فيلما أخر في ألمانيا في تشرين الثاني من العام ذاته قدمه ماكس سكلادانوفسكي في حديقة الشتاء وأصبحت السينما جاهزة للاستثمار في العام 1896 عندما شغل توماس أديسون مقصورة في قاعة موسيقية أطلق عليها اسم: العرض الأول لأعجوبة أديسون الأخيرة. وبذلك تمكن أديسون من الاستحواذ على ذلك الاختراع الخاص بتلك التقنية من خلال مكتشفه الجديد والتطورات اللاحقة التي طرأت عليه[3].

وكانت النظرة للبداية الحقيقية للسينما تتجه لاعتماد العام1895 لاسيما وانه شهد الجمع بين ثلاثة مخترعات سابقة هي اللعبة البصرية والفانوس

السحري والتصوير الفوتوغرافي، ويقسم الباحث الأمريكي فليبب كونجلتين المراحل التي مر بها تطور الفيلم السينمائي من منظور التأثر بنمو السوق إلى المراحل التالية[4]:

1- عصر الريادة : 1895- 1910

في هذا العصر بدأت صناعة الفيلم، الكاميرا الأولى، المخرجون الأوائل وكانت التقنية جديدة تماما، ولم تكن هناك أصوات على الإطلاق، ومعظم الأفلام كانت وثائقية وإخبارية وتسجيلات لبعض المسرحيات، والجمهور عندما كان يشاهد تلك الأفلام يؤخذ بنظر الاعتبار أنها تشكل المحاولات الأولى وأن السينما كانت وما تزال أداة اتصال جديدة.

2- عصر الأفلام الصامتة: 1911-1926

تميز ذلك العصر عن سابقه بكثرة التجارب على عملية المونتاج، فلم تكن تلك المرحلة صامتة بالكامل، فقد كانت هناك استخدامات لطرق ومؤثرات صوتية خاصة بينما لم يكن هناك حوار على الإطلاق حتى المرحلة التالية.

3- عصر ما قبل المرحلة العالمية الثانية : 1927- 1940

اتسم ذلك العصر بأنه عصر الكلام أو الصوت، ويرى فيليب كوجلينتون يرى أن هنـاك مرحلتين في تاريخ الفيلم: الصمت والكلام، وبدأ ذلك العصر بإنتـاج أول فـيلم نـاطق بعنـوان مغني الجاز عام 1927 فضلا عن أفـلام ناطقـة أخـرى متنوعـة أنتجـت في تلـك المرحلـة كـما شهدت أفلام الثلاثينات استخداما أكثر للألوان، وبدأت الرسوم المتحركة.

4- العصر الذهبي للأفلام: 1941 - 1954

أحدثت الحرب العالمية الثانية كـل أنـواع التغيـيرات في صـناعة الفـيلم، فخـلال وبعـد الحرب العالمية ازدهـرت الكوميـديا بشـكل ملحـوظ وتربعـت الأفـلام الموسـيقية عـلى عـرش السينما كما انتشرت أفلام الرعب ولكن باسـتخدام ضـئيل للمـؤثرات الخاصـة بسـبب ارتفـاع التكاليف الخاصة بالإنتاج وقد صنعت نفقات الإنتـاج فرقـا ملحوظـا بـين الميزانيـات الكبـيرة والصغيرة للأفلام، ولجأت الاستوديوهات السينمائية إلى استخدام ميزانيات صغيرة لإنتاج أفلام غير مكلفة للعامة لجذب الجماهير، لذلك ظهرت الأفلام الجماهيريـة في هـذه المرحلـة والتـي يمكن تصنيفها إلى أفلام استخبارات وأفلام الغابات وأفـلام الاسـتغلال الجـنسي وأفـلام الخيـال العلمي التي ظهرت في عام 1950.

5- العصر الانتقالي للفيلم: 1955-1966

يسمي فليب كونجلتيون هذه المرحلة بالعصر الانتقالي لأنه يمثل الوقت الذي بدأ فيه الفيلم ينضج بشكل حقيقي، فقد ظهرت في هذا العصر التجهيزات الفنية المتطورة للفيلم من موسيقى وديكور وغير ذلك، وفي ذلك العصر بدأت الأفلام من الدول المختلفة تدخل إلى الولايات المتحدة الأمريكية من خلال حوائط هوليوود السينمائية وبدأت الأفلام الجماهيرية تستبدل بأفلام رخيصة كما بدأت الاستوديوهات الكبيرة تفقد الكثير من قوتها في مجال التوزيع كما ظهر لصناعة الفيلم خصما جديدا كان هو التلفزيون الأمر الذي أشعل المنافسة بشان نوعية المنتج وجودته وبدأت السينما تقتحم موضوعات اجتماعية أكثر نضجا وانتشرت الأفلام الملونة لتصبح الأغلبية بجوار الأبيض والأسود، وبدأت الحرب الباردة تغير وجه هوليوود فيما بعد وظهرت المؤثرات الخاصة وبرزت الفنون الأخرى المصاحبة كالديكور والاستعراضات.

6- العصر الفضي للفيلم: 1967-1979

يرى بعض المؤرخين أن تلك الفترة بالفعل هي مرحلة الفيلم الحديث وكانت مرحلة جديدة وقتها ويبدأ العصر الفضي للسينما بإنتاج فلمي الخريج وبوني كلايد عام 1967، وقد ظهرت أفلام عدة خالية من الصور المتحركة، وكان من جراء انتشار تلك النوعية من الأفلام الناضجة الخارجة عن الأخلاق

العامة أن ظهرت أنظمة جديدة للرقابة وانخفضت نسبة أفلام الأسود والأبيض إلى 3% من الأفلام المنتجة في تلك الفترة وأصبحت هوليود تعرف حقا كيف تصنع أفلاما، وأصبح هناك فارق كبير بين الميزانيات الكبيرة والضئيلة كما يمكن أيضا مقارنة الجوانب الأخرى غير المادية للفيلم لذا لا يجب أن ينظر للأفلام ذات الميزانية الضئيلة على أنها رديئة.

7- العصر الحديث للفيلم: 1980 -1995

بدأ ذلك العصر عام 1977 عندما أنتج فيلم حرب النجوم Star War الذي يعد أول إسهام للكومبيوتر والتقنية الحديثة في تصميم المؤثرات الخاصة، لكن فيليب كونجليتون يرى أن ذلك العصر بدأ عام 1980 لأنه يعتبر إن فيلم "الإمبراطورية تقاوم" نقطة البداية، ففي تلك المرحلة بدأ انتشار الكومبيوتر والفيديو المنزلي والتلفزيون السلكي واعتمدت تلك المرحلة كثيرا على الميزانية الضخمة بدلا من النص والتمثيل لكنها احتفظت بالقدرة على إنتاج نوعية جيدة من أفلام التسلية الممتعة.

ولم تكن الولايات المتحدة الأمريكية هي الرائدة خلال السنوات الأولى من ظهور السينما، لكنها بعد الحرب العالمية الأولى شغلت موقعا مهما في ذلك المجال، وبعد توقف الاستوديوهات الكبرى في أوربا بعد عام 1914 عن إنتاج الأفلام انفردت الولايات المتحدة بالسوق الدولية التي ازداد الطلب

العالمي فيها على الأفلام[5]. وأصبحت هوليود بعد عام 1920 مركزا للصناعات الكبيرة في الولايات المتحدة، وبدأت أسهم الاستوديوهات السينمائية تدخل في قوائم سوق الأوراق المالية في (وول ستريت) عام 1919[6].

ومنذ ذلك الحين أصبحت هوليود تنتج ما يقارب 80% من الأفلام المتداولة في أنحاء العالم كافة، وكان التركيز حينها على نوع محدد من الأفلام الروائية توجهت بشكل خاص إلى المهاجرين الأوربيين الذين كانوا يفكرون بالهجرة إلى أمريكا[7]. كما شهد الإنتاج الأمريكي من الأفلام تطورا ملموسا بعد ابتكار السينما الملونة عام 1952، إذ أصبح الإنتاج يصل في الخمسينات إلى نحو 200 -300 فيلما بالسنة[8]. واستمرت خطى التطور بوتائر متسارعة خلال العقود اللاحقة على صعيد كم الأفلام الأمريكية ونوعها المنتجة داخل الولايات المتحدة وخارجها.

بنية الصناعة السينمائية الأمريكية

يعد الفيلم السينمائي Motion Pictures "وسيلة من وسائل التعبير الفني تقوم على تسجيل الصور المتحركة على شريط حساس وإعادة عرضها بواسطة أجهزة ومعدات خاصة، والواقع إن كل صورة على حدة، وهي صورة ثابتة لا تتحرك،وتتابع الصور واستمرار عرضها هو الذي يوهم المشاهد بالحركة"[9].

يهتم المنتجون أو القائمون على صناعة السينما في الولايات المتحدة بالنواحي التجارية بشكل كبير، وهم ينظرون إلى صناعتهم على أنها استثمار تجاري، ولكنهم يشترطون أيضا تضمينها العناصر الجمالية والإبداعية الأساسية في الفن السينمائي وهي تنقسم على وفق سياقها التجاري إلى مستويات من حيث بنيتها وهيكلتها على صعيد الإنتاج والتوزيع والعرض[10].

أولا الإنتاج: قد يخوض عملية الإنتاج أشخاص مستقلون أو هيئات وشركات متنوعة العناوين، لكن السائد في هوليود أن الاستوديوهات الكبرى تسيطر عمليا على الإنتاج السينمائي، وظهرت فضلا عن ذلك في نهاية عقد الثمانينات ظاهرة "المنتجون المستقلون" وبرزت بشكل اكبر عما كان سائدا من قبل، وتولى هؤلاء المنتجون نحو ثلثي الأفلام الروائية الطويلة منذ أكثر من عشرين عاما، لكن الشركات السينمائية الكبرى تولت تمويل أفلام أولئك المنتجين وتوزيعها[11].

وتمر صناعة الأفلام بعدة مراحل قبل إن يصبح الفلم جاهزا للتسويق منها مرحلة ما قبل الإنتاج ومرحلة الإنتاج ومرحلة ما بعد الإنتاج، وتبدأ المرحلة الأولى عادة بالفكرة التي تقدم إلى المنتج وعندها تكون بمثابة (ملكية خاصة) لصاحبها، وبعد تحقق الاتفاق يبرم عقد اختياري ينظم العلاقة بين الإطراف، ويمثل ذلك العقد حق الاحتكار الذي بموجبه تترتب الحقوق والخدمات، وخلال ستة اشهر يسعى المنتج إلى جذب الممثلين والممولين إلى المشروع، وعند فشل مهمته في الموعد المحدد يتم إسقاط العقد وتعاد الملكية التامة للنص إلى المؤلف الأصلي[12].

وتختلف هيكلية الشركات السينمائية الأمريكية في حدود معينة من حيث بنيتها الادارية، وعادة يجب توافر ثلاثة أقسام رئيسية في أي من تلك الشركات وهي الإنتاج الذي يتولى كل ما له علاقة بصناعة الفيلم والتوزيع الذي يتولى المبيعات والتسويق وأخيرا العقود للتوزيع المحلي والعالمي[13]، وترتبط بعملية الإنتاج حلقة أخرى هي التمويل، ويمكن تشخيص عدة طرائق وأساليب في تلك الحلقة، منها إن يقوم الموزعون بإقراض المنتج المال اللازم لتغطية نفقات الفلم مقابل ضمان احتكار حقوق التوزيع، أو قد يتحقق التمويل بعد ترتيب اتفاق للاختيار يضمن الموزع في ضوئه للمنتج شراء الفلم عندما ينجز بتاريخ محدد، وبموجبه يمكن للمنتج الحصول على قرض مالي لتأمين الإنتاج[14].

وهناك أسلوب ثالث يتخلص في تولي ممولين أو مستثمرين خارجيين عملية الإنتاج، إذ يقومون بأنفاق تكاليف صناعة الفلم دونما أي حق للتدخل في النواحي الفنية[15]، والأسلوب الرابع يسمى بالمساهم المغامر، وعلى وفقه تشترك عدة جهات في عملية إنتاج الفلم ويجري الاتفاق مسبقا على أسلوب التوزيع وتقاسم الإرباح[16]

ثانيا التوزيع: يعد التوزيع ركنا مهما وأساسيا في أي صناعة ناجحة، وفي مجال السينما تتلخص مهمته في تزويد دور العرض السينمائي بنسخ من الأفلام المنتجة، وتهتم الشركات الأمريكية الكبرى بهذه العملية، إذ توزع من خلالها الأفلام إلى الآلاف من دور العرض السينمائي داخل الولايات المتحدة وخارجها كما تجهز شبكات التلفزيون وشركات الفيديو كاسيت وأقراص الكومبيوتر(CD) وشبكة الانترنيت بحاجتها من الأفلام[17].

وتحافظ شركات التوزيع الأمريكية على صلات وثيقة مع مالكي دور العرض السينمائي في كل أنحاء العالم، وقد أرست أيضا نظاما للنقل والتسليم يضمن وصول الأفلام قبل مواعيدها المحددة للعرض بمدد مناسبة[18].

ويشير واقع توزيع الأفلام إلى إن الشركات الكبيرة سوف تبقى مسيطرة على حصة كبيرة من صناعة السينما في مراحلها المتعددة إذ لم يعد يسيرا على المنتج المستقل أو أي شركة توزيع صغيرة الاتصال بأغلب دور العرض في مناطق متفرقة من العالم[19]، وتمتلك الشركات الكبرى شبكات اتصال تسعى من خلالها إلى المحافظة على مصالحها وزبائنها الدائمين عن طريق تأمين إنتاج مستقل من الأفلام التي تبرز دوما نجوما مشهورين حتى تستبعد منافسيها لاسيما الشركات الصغيرة والموزعين المستقلين[20].

وعلى صعيد الترويج والدعاية التجارية تنظم تلك الشركات حملات واسعة بشأن الفلم، وتسعى من خلال الإعلانات إلى البدء بقوة أي إن المدة أو الأيام الأولى للعرض تعد ذات أهمية خاصة، وتصرف نحو 80% من ميزانيات الحملات الإعلانية الخاصة بالأفلام على يوم لافتتاح، إذ ينظر بشكل خاص إلى أرقام التوزيع خلال الأسبوع الأول، وإذا كانت منخفضة فأنها قد لا ترتفع فيما بعد على وفق المنطق التجاري لتلك الشركات[21].

وهناك إلية أخرى لترويج الأفلام تسمى (السلع أو البضائع المرتبطة) وهي تتضمن الملابس والملصقات والدمى والحاسبات الصغيرة والألبومات وأي سلع أخرى يمكنها إن ترتبط بالفيلم، ففي احد أجزاء سلسلة أفلام حرب النجوم على سبيل المثال قامت شركات التوزيع بإنتاج كميات كبيرة من السلع

المرتبطة بالفيلم ضمن حملة الترويج وقد حصد الفـيلم ضـعفي مـا جنـاه مـن صـندوق بيـع التذاكر عن طريق بيع السلع المرتبطة به[22].

وفي مرحلة أخرى للترويج وجنـي الإربـاح تـنظم مهرجانـات للسـينما العالميـة لاسـيما الاوسكار، وتستثمر شركات الإنتاج مبـالغ ضـخمة في الحمـلات الإعلانيـة، وتسـعى إلى تـرويج أفلامها المرشحة بين أعضاء أكاديمية الفنون والعلوم السينمائية خلال تلك المهرجانات، ويزيـد فوز الفيلم لمرة أو مرتين بجائزة الاوسكار من توزيعه، وتكفي تسمية أي فيلم للفـوز بجـائزة الاوسكار لزيادة جني أرباح إضافية تتجاوز قيمتها عشرة ملايين دولار[23].

وأسهمت شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) في إضفاء بعد جديد على عمليـة توزيـع الأفـلام السـينمائية، وبفعـل الاتسـاع التـدريجي (لـزوار) تلـك الشـبكة في العـالم ازداد عـدد المتعرضين للأفلام الأمريكية على المستوى الدولي[24]، وفي ذلك الإطار أشار مدير أحدى شركـات الإنتاج السينمائي الأمريكية إلى إن الثورة الرقمية الحالية غـيرت صـناعة السـينما عـلى صـعيد مراحل الإنتاج والتوزيع مرورا بالترويج للأفلام[25].

ثالثا العرض: على الرغم من التوسع الكبير وازدياد عدد القنوات والوسـائل الاتصـالية التي يمكن من خلالها مشاهدة الأفلام اتسعت دور العـرض السـينمائي في عـددها وتقنياتهـا على المستوى العالمي[26]. وأدرك موزعـو الأفـلام إن العـرض في دور السـينما سـيظل المصـدر الأهم لتحقيـق الإيـرادات ويعـدونها عـاملا حاسـما في صـناعة السـينما، وتشـير اطروحـات المنتجـين في ذلـك الصـدد إلى إن المشـاهدين حتـى لـو اعتـادوا عـلى متابعـة الأفـلام في

التلفزيون والفيديو فأنهم يتوجهون إلى دور السينما لمتابعة الأفلام المنتجة حديثا فضلا عن أجواء المشاهدة الجماعية في دور السينما وما لذلك من خصائص ومزايا مضافة[27].

وتسهم الوسائل التقنية المستخدمة في عرض الأفلام في جذب المشاهدين وشد انتباههم، وهي توظف أنظمة متطورة لبث الصوت لاسيما الخدع المسجلة بطريقة رقمية، كما إن هناك أساليب متطورة تستخدم في مجال عرض الصورة من حيث التكبير والتجسيم[28]. ولم يلغ التطور التقني وجود الصالات السينمائية التقليدية التي ما تزال قائمة ويرتادها الكثير من المشاهدين.

التسويق ودور العرض داخل أمريكا

استعانت الدول النامية لسد حاجاتها من الأفلام في دور العرض السينمائي والمحطات التلفزيونية في بلدانها بالنتاج الغربي عموما والأمريكي خصوصا وذلك لعدم توفر الإنتاج المحلي وان وجد فهو لا يكفي، وأدى ذلك الانتشار إلى إيجاد نظرة إعجاب بين المشاهدين في الدول النامية بتلك الأفلام التي عدوها نموذجية ومثالية، وبرغم النجاح الذي حققه الإنتاج المحلي مستفيدا من اللغة المحلية في الحوار إلا إن المشاهد ظل ينظر إلى هوليود على إنها قبلة الفن بلا منازع لاسيما ما يتعلق بفلسفة الإنتاج في هوليود القائمة على الحصول على تكلفة الفلم أو المسلسل ونسبة معقولة من الأرباح من التسويق المحلي للفيلم داخل أمريكا، إذ بلغ عدد دور السينما الثابتة بحسب إحصاءات

اليونسكو[29] في الولايات المتحدة (23662) دارا للعرض يضاف إليها (908) صالة سينما للسيارات (وهي ميادين ضخمة يدخل فيها المتفرج بسيارته لمشاهدة الأفلام) كما بلغ عدد المرتادين لتلك الدور الثابتة وسينما السيارات 981.000.000 مشاهد أي إن المواطن الأمريكي دخل دار السينما أربع مرات في تلك السنة، إذ تم تقسيم ذلك العدد على عدد السكان، وقد حققت شركات الإنتاج السينمائي إيرادات وصلت إلى 4.308.000.000 دولار أمريكي وساعد ذلك على نشر الفيلم الأمريكي خارج أمريكا بأسعار زهيدة مقارنة بتكلفة إنتاجه[30].

الشركات السينمائية الأمريكية

يحتل الإنتاج السينمائي المرتبة الثانية بين الصادرات الأمريكية بعد صناعة الطيران وتسيطر الولايات المتحدة على 80% من حجم تجارة الأفلام على الصعيد الدولي بينما لا تشكل عائدات الأفلام الأجنبية المعروضة أكثر من 13% من عائدات الاستثمار السينمائي[31]. ويمثل الإنتاج السينمائي الأمريكي من حيث التصدير 40% من قيمة السوق التجارية العالمية[32]، حيث تقوم شركات الإنتاج والتوزيع الأمريكية بتصدير(180) ألف ساعة من الأفلام خلال العام الواحد بفعل نشاط (307) شركة متخصصة تتولى هذه المهمات[33]. وتغطي تلك الصادرات نحو 90% من مجموع الطلب العالمي

على الأفلام الروائية، وتبلغ المعاملات التجارية لتلك الشركات في هذا المجال نحو 300 مليار دولار سنويا[34].

وعلى الرغم من اعتماد هوليوود على السوق المحلية بشكل كبير في تسويقها للأفلام، إلا أنها تحقق أرباحا كبيرة من خلال توزيعها في الخارج، وبلغت عائداتها في الخارج في عام 1998 ما يعادل أرباحها من السوق المحلية خلال العام نفسه[35]، ولهذه الأسباب يهتم عدد من المنتجين في الولايات الأمريكية بخلق المناخ المناسب لتنمية الاستثمارات في صناعة السينما، وهي تؤمن من اجل ذلك التسهيلات الضريبية والمنشات الصناعية الضرورية للإنتاج إذ عين حاكم ولاية فلوريدا في بادرة غير مسبوقة وزيرا للسينما من اجل تشجيع صناعة السينما التي بلغت عائداتها من الأفلام نحو 1,36 مليار دولار في عام 1997[36].

وتتولى صناعة السينما الأمريكية مجموعة من شركات الإنتاج والتوزيع، وهي تتكلف بإنجاز مراحل هذه الصناعة كافة وتستثمر تلك الشركات في مجالات وأنشطة كبرى داخل الولايات المتحدة وخارجها[37]، ومن ابرز الشركات تلك[38]:

1..شركة بارامونت: تمولها وتديرها شركة اتصالات بارامونت وتمثل مجموعة تجارية دولية كبيرة ولها مصالح واسعة في صناعات متعددة منها، النشر، الصيرفة، الخدمات المالية، الفيديو، الإنتاج، السينمائي والتلفزيوني والتأمين، الصناعات التحويلية، صناعة التبغ كما تسيطر على صناعة السكر في جمهورية الدومنيكان[39].

2. شركة يونفرسال: تملكها شركة MCA وتقوم بنشـاطات واسـعة وتـدير العديـد مـن الصـناعات في مجـال التسـجيلات الصـوتية والمرئيـة، الـنشر، مجموعـة المطـاعم السـياحية، مؤسسات ترفيهية، شركات فديو، شركات ألعاب مؤسسات للإنتاج السينمائي والتلفزيوني.

3. شركة فوكس للقرن العشرين: ويمتلـك روبـرت مـردوخ – المليـونير اليهـودي- جـزءا كبيرا منها لاسيما القسم الخاص بإنتاج الأفلام، كما تدير الشركة مؤسسـات متنوعـة الأنشـطة، منها للإنتاج السينمائي والتلفزيوني في مناطق متعددة في العالم، ولديها شركات للفيديو المنزلي، كما تمتلك شبكة تلفزيونية كبرى.

4. الإخوة وارنر: وهي جزء من شبكة اتصـالات وارنـر وتمتلـك شركـة تلفزيـون كـابلي، شركة توزيع موسيقى، ماركات تجارية مسجلة في الولايات المتحدة وأوربا، شركة كتب هزليـة، مجلة (ماد)، مؤسسات إنتاج تلفزيوني وسينمائي[40].

5. كولومبيا: وجزء منها شركة (أفلام كولومبيا الترفيهية) التي تأسست عندما انـدمجت شركة كولومبيا مع شركات إنتاج سينمائي وفديو منزلي، وتمتلـك كولومبيـا دور عـرض سـينمائي كبرى وسبق أن كانت مملوكة لشركة كوكا كولا العالمية[41].

6. والت ديزني: وهي تمتلك شركتين للإنتاج التلفزيوني والسينمائي واحدة لأفـلام الكبـار وأخـرى لأفـلام الصـغار فضـلا عـن مـدن للألعـاب، فنـادق،

ملاعب للغولف، عقارات كما تجني أرباحا كبيرة من تراخيص شخصيات ديزني التي تستخدمها شركات أخرى.

7. شركة MGM/UA : وتعد الأقل تنوعا بين الشركات الأمريكية في مجال الإنتاج السينمائي، وقد اشتهرت في عام 1968 شركة (تيرنر للإذاعة) وقد باعت في ما بعد معظم مختبراتها السينمائية إلى إدارة جديدة هي شركة (MGM/UA) كما تدعى ألان، وفي عام 1989 اشترتها شركة تجارية من استراليا تدعى كونتكس[42].

الأفلام الأمريكية خارج الولايات المتحدة

احتلت صناعة السينما الأمريكية خلال عقد التسعينات المنصرم المرتبة الثانية بين الصناعات الأمريكية الأكثر توليدا لرأس المال وتدويره، وقد استفادت في ذلك من حجم السوق الخارجية الذي تحتكره شركاتها واعتمادها على آليات معقدة للتسويق والتوزيع[43].

وتعد هوليود في إطار ذلك الوصف من كبريات المؤسسات التي تعول الولايات المتحدة عليها في نشاطها التجاري الدولي فضلا عن دورها في ترويج الأفكار في الداخل والخارج، وقد خلقت هوليود هيكلا أساسيا أرست عليه مرتكزاتها التجارية والصناعية من خلال حجم السوق الذي تغطيه وما يسمى باقتصاد الوفرة[44] وتخلق الوفرة في الإنتاج السينمائي على وفق هذا

المنظور تسويقا دوليا واسعا وبأثمان زهيدة نسبيا، الأمر الذي يسمح بزيادة الطلب في الأسواق العالمية على الأفلام، بل أنها قد تقدم على شكل هبات وهدايا في بعض الأحيان[45].
تعتمد صناعة الأفلام في الولايات المتحدة بشكل كبير على السوق الخارجية لتوزيع منتجاتها، وفي أوربا بلغ عدد الأفلام الأمريكية المتداولة نحو 80% من إجمالي الأفلام المعروضة في دور السينما ووسائل العرض الأخرى[46] وتمثل العائدات الواردة من الأفلام الأمريكية في أوربا 85% من إجمالي واردات الأفلام المعروضة هناك بشكل عام، وهي تحقق نحو 7,1 مليار دولار من خلال عرضها في دور السينما ووسائل العرض الأوربية الأخرى[47].

وتعد بريطانيا سوقا مهما لشركات الأفلام الأمريكية وكانت نسبة الأفلام الأمريكية المعروضة في بريطانيا تشكل 39% من إجمالي مجموع الأفلام المسجلة لدى هيئة التجارة البريطانية، وان 88% من الأفلام البريطانية المعروضة في مجموعتين رئيسيتين من دور السينما يمولها تمويلا كاملا أو جزئيا مستثمرون أمريكيون[48]. وهذا الأمر يتكرر في أسواق أوربية أخرى، إذ تسيطر الشركات الأمريكية بشكل كبير على تمويل الأفلام التي تنتج في الدول الأخرى التي تعدها الحكومات أنتاجا محليا (لا يخضع للقيود والقوانين التي تنظم عرض الأفلام الأجنبية أو لنظام الحصص) وتمويل تلك الشركات في إنكلترا خمسة إضعاف الأفلام التي تمولها هيئة تمويل الأفلام الوطنية البريطانية[49]. ووصف احد المخرجين البريطانيين سيطرة عشر شركات سينمائية أمريكية في بلاده بالقول "إن في إنكلترا صناعة سينمائية مزدهرة تملكها هوليوود"[50].

وفي فرنسا وبالرغم من إنتاجها 150 فيلما سينمائيا في السنة مقابل 450 فيلما في هوليود فأن 60% من عائدات الإنتاج والتوزيع والعرض تذهب إلى الولايات المتحدة بسبب اتساع الاستثمار الأمريكي في صناعة السينما الفرنسية أو بسبب الأنشطة الأخرى المرتبطة بالتسويق والعرض[51]. وتخضع 25% من الأفلام المنتجة في فرنسا وايطاليا لتمويل الشركات الأمريكية وسيطرتها وهي تسهم بنصف ميزانيتها السنوية في جمعية الأفلام الإيطالية والشركات الإيطالية الكبرى المتخصصة في صناعة السينما[52].

وفي بعض الحالات تتلقى الشركات الأمريكية نحو 80% من تكاليف إنتاجها من خلال الفروع الأوربية التي تعدها الحكومات الأوربية أفلاما محلية، كما أظهرت الإحصائيات إن 42% من الدخل الذي تجنيه دور العرض السينمائي في فرنسا يذهب للموزعين الأمريكيين[53].

وتشكل أسبانيا أيضا سوقا مهما لترويج الأفلام الأمريكية، وفي تصريح للمدير العام لتنشيط الإنتاج السينمائي في أسبانيا أورد إحصاءات بشأن وضع الإنتاج السينمائي الأمريكي هناك،مشيرا إلى عرض قاعات السينما الأسبانية خلال الأشهر الستة الأولى من عام 1989(3608) فيلما أجنبيا كانت الغالبية العظمى منها أمريكية[54].

ويسري الواقع نفسه في دول أوربية أخرى، ففي هنغاريا تجد إن دور العرض الكبرى مكرسة بالكامل للإنتاج الأمريكي[55] وفي روسيا يسود الرأي القائل "أن تشتري فيلما أمريكيا غير معروف ومن الدرجة الثانية وتوزعه، ارخص وأفضل من إن تشتري فيلما روسيا هذه الأيام"[56] وما يسود في أوربا

يبرز في قارات أخرى، إذ تواجه بلدان آسيوية عدة الواقع نفسه، وفي اندونيسيا كانت توجد في العاصمة جاكرتا وحتى عام 1995 أحدى وثمانين دار للعرض السينمائي منها ستة وستون مكرسة تماما لعرض الأفلام الأمريكية فضلا عن ما تعرضه الدور الأخرى في بقية المدن الاندونيسية من أفلام أمريكية.

وفي الهند وعلى الرغم من قوة صناعتها السينمائية وغزارة الإنتاج فيها فان دور العرض السينمائي الكبرى هناك تهتم بألافلام الأمريكية بشكل يفوق ماهو قائم بشأن الأفلام المحلية ومن بين 124 فيلما أجنبيا عرضتها بعض الدور في الهند عام 1993، وكان 78 فيلما منها أمريكيا(57) كما تستورد كوريا الجنوبية 90% من أفلامها من الولايات المتحدة فضلا عن ظاهرة التقليد للأفلام الأمريكية التي تسود النتاج السينمائي هناك(58)، وبرغم ذلك ظلت الهند الدولة الوحيدة التي حافظت على تفوقها العددي في إنتاج الأفلام وان لم تستطع أن تجتاز حاجز اللغة في نشر أفلامها في أنحاء العالم وحاجز الميزانيات الضخمة التي ترصد للأفلام في هوليود، واتبعت الهند سياسة هوليود في الاعتماد على تحصيل قيمة الفيلم وأرباحه من التسويق المحلي ثم التوزيع بأسعار ارخص خارج الهند(59).

وفي الصين عبر جاك فإلانتي رئيس اتحاد السينما الأمريكية عن الأمل في تحقيق اتفاق مع الصينيين بعد إقامة مهرجان للسينما الصينية في الولايات المتحدة عام 1999 مشيرا إلى الرغبة في اتفاق يزيد بموجبه عدد الأفلام الأمريكية المعروضة في الصين(60). وتسمح الصين بعرض عشرة أفلام أمريكية فقط في السنة الواحدة، واقترح المسؤول الأمريكي عرض 17 فيلما في عام 1999 و25 فيلما في عام 2000 إلا إن الصينيين لم يوافقوا على

الأمر ويعود الاهتمام الأمريكي في احد جوانبه إلى اتساع حجم الجمهور الصيني الذي يقدر عدد المشاهدين المحتملين فيه للأفلام ب 1,3 مليون شخصا سنويا[61] وفي الوطن العربي تشغل الأفلام الأمريكية المعروضة في دور السينما مساحة واسعة قياسا بالأفلام الأجنبية الأخرى، وتصل نسبة عرض تلك الأفلام إلى أكثر من 70% في بعض الأقطار العربية[62].

وفي المحطات التلفزيونية الأرضية والفضائية ترتفع أيضا معدلات البرامج الأمريكية المستوردة بما فيها الأفلام حيث إن 90% من ما تستورده تلك المحطات يأتي من شركات أمريكية، وتصل نسبة تلك البرامج إلى أكثر من 30% من المجموع العام لساعات البث اليومي في اغلب محطات التلفزيون العربية[63].

وتستورد مصر سنويا نحو 1800 ساعة تلفزيونية من البرامج الأمريكية تشكل الأفلام الجزء الأكبر منها، كما تستورد الأردن 65% من الأفلام التي تعرضها محطاتها التلفزيونية من الولايات المتحدة، وتشكل نسبة الأفلام الأمريكية في التلفزيون الجزائري 70% بينما تصل النسبة إلى 90% في قطر و55% في السعودية[64].

وتعطي مجمل هذه الحقائق دلالات واضحة تشير إلى إن الأفلام الأمريكية وجودا واسعا في العالم بما فيها الوطن العربي، وان لهذا الوجود أبعادا ثقافية واقتصادية وسياسية انعكست على ميادين عدة، وقد استطاعت هوليود أن تفرض الفيلم الأمريكي في جميع أنحاء العالم من خلال استراتيجية تتحدد معالمها في هذه السياسات[65]:

1. نشر الفيلم الأمريكي في جميع دول العالم من أقصى اليابان إلى روسيا وحتى جنوب أفريقيا، فإعلانات هذه الأفلام وأبطالها محفورون في ذاكرة عشاق السينما الأمريكية في كل مكان، فالدول الغربية مثل ألمانيا بلغت نسبة الفلم الأمريكي المستورد (68,5%) من حجم الأفلام المستوردة إجمالا، وفي فرنسا بلغت نسبة الأفلام المستوردة في العام نفسه (57%) من حجم الأفلام المستوردة، وفي ايطاليا (64%) من حجم الأفلام المستوردة في العام ذاته، وفي روسيا (59%) واليابان (59,7%). أما بالنسبة لدول العالم الثالث فقد استحوذ الفيلم الأمريكي على معدلات عالية من البرامج المستوردة، ففي مصر بلغت نسبة الأفلام المستوردة (40,9%) من حجم الأفلام المستوردة وفي كوبا الخصم التقليدي للولايات المتحدة الأمريكية (40,9) وفي قيرغيستان (76,9%) وفي لبنان (83%) وفي باكستان (58,4%) وفي سوريا (86,1%) وفي الهند (72,3).

2. تحطيم الإنتاج في جميع دول العالم حتى في أوروبا وكما يشير تقرير اليونسكو السنوي عن معدل الإنتاج السينمائي لكل دولة وهو يشير إلى تناقض الإنتاج في اغلب الدول في ظل زيادة إنتاج الفيلم الأمريكي.

وقد تضررت صناعة الأفلام في دول عدة بسبب تفوق المنتج السينمائي الأمريكي وتوفره عالميا بأسعار تعد زهيدة قياس إلى قيام مؤسسات في تلك الدول بإنتاج أفلامها ذاتيا وقد ساهم هذا الوضع إلى إخراج وإبعاد المنافسين

للسينما الأمريكية من دائرة التنافس في الأسواق الدولية الإقليمية بل وحتى الوطنية، وساعد تبلور هذا الوضع الولايات المتحدة الأمريكية وشركاتها السينمائية إلى جني أرباح وتحقيق عائدات تجارية كبيرة وساهم الحضور الواسع للأفلام الأمريكية في العالم من جانب أخر على عكس إبعاد ثقافية جسدتها مضامين تلك الأفلام لاسيما التي تنطوي على قيم وأفكار ذات مغزى سياسي قد ينعكس سلبا على اعتبارات الأمن الثقافي والهوية الثقافية.

الأفلام الأمريكية وإبعادها الثقافية

سعت الدول التي كانت توصف بالعظمى في نهاية القرن التاسع عشر ومطلع القرن العشرين إلى توظيف النشاط ألاتصالي والثقافي دعائيا لتحقيق أهداف سياسية، وكانت فرنسا سباقة في هذا المجال عندما نشرت برنامجا واسعا في نهاية القرن التاسع عشر وقامت بتنظيم أنشطة دينية وثقافية وإعلامية وأثرية في الشرقين الأدنى والأقصى، وأنشأت وزارة الخارجية الفرنسية التي رعت المشروع مدارس ومؤسسات علمية وثقافية سعت إلى تكريس الثقافة واللغة الفرنسية وكانت تلك الجهود قد أتت في نطاق ما أسمته (الدبلوماسية الثقافية) ودخلت بريطانيا هذا المجال أيضا في عام 1934 بإنشاء المجلس البريطاني الذي يهدف إلى انتشار الثقافة واللغة الإنكليزية على نطاق واسع[66].

أما الولايات المتحدة فقد دخلت هذا المضمار متأخرة نسبيا وأنشأت قسما للعلاقات الثقافية في عام 1938 ضمن وزارة الخارجية[67] وهي منذ ذلك الوقت تستثمر النشاطين الإعلامي والثقافي لحصد المكاسب السياسية على الصعيد الدولي وتوزعت أهدافها على عدة محاور منها ما تعلق بصراعها السياسي والدعائي مع القوى الكبرى في ذلك الوقت وكذلك تسويق نموذجها السياسي إلى الخارج، وقد أورد تقرير أصدره الكونكرس الأمريكي خلال مدة الحرب الباردة بشأن سبل كسب الصراع واحتلال موقع دولي أورد إشارات في هذا الخصوص "من الممكن أن نحقق بعض أهداف سياستنا الخارجية من خلال التعامل المباشر مع شعوب الدول الأجنبية بدلا من التعامل مع حكوماتها، ومن خلال أدوات ووسائل الثقافة يمكن أن نصل إلى قطاعات كبيرة ومؤثرة من السكان في هذه البلاد وان تقوم بأعلامهم والتأثير في اتجاهاتهم، ويمكننا إن نحرضهم أحيانا على سلوك عمل معين وهذه المجموعات تمارس ضغوط حاسمة على حكوماتها"[68].

وكانت الرؤية الأمريكية تلك تنطلق من فكرة إمكانية تحقيق الأهداف السياسية من دون جهود عسكرية أو حروب دولية ومن خلال مخاطبة الجمهور في كل أنحاء العالم من وراء ظهر حكوماتها لتكريس نتائج حاسمة[69] كما دعا السياسيون الأمريكيون إلى خوض معركة الأيديولوجية على كل الساحات (بدءا من حقوق الإنسان ووصولا إلى تصدير نمط الحياة الأمريكية ومنها الجينز والديسكو والعلوم والتكنلوجيا)[70].

وتأكيدا منها لأهمية هذا الدور وهذا التوجه منحت مؤسسة الحريات المحافظة في الولايات المتحدة جائزتها الكبرى – ميدالية جورج واشنطن –

لمؤسسة والت ديزني نظرا للدور الذي تلعبه أفلامها على صعيد تصدير الأفكار الأمريكية للخارج وقال الرئيس الأمريكي ايزنهاور الذي سلم الجائزة المذكورة (والت ديزني هي سفيرة الحرية في الولايات المتحدة الأمريكية ومنحت الجائزة من اجل جهدها المتفاني الذي لا يعرف الكلل في سبيل الأشياء الأعظم أهمية من اجل طليعتنا الخلاقة وتوصيل أمال وطموحات مجتمعنا الحر إلى أركان كوكبنا البعيدة)[71].

ولم يقتصر الأمر على تصدير نمط النظام الأمريكي ومجتمعه وافكارهما بل تعداه إلى السعي لتحطيم الحواجز التي قد تمنع هذا المسعى، وفي عام 1944 وقف وليام بينتون مساعد وزير الخارجية إمام الكونكرس ووعد بان (وزارة الخارجية الأمريكية تنوي إن تبذل أقصى ما في وسعها للعمل على تحطيم العوائق المصطنعة التي تحول دون انتشار الأفلام وغيرها من وسائل الاتصال الأمريكية في العالم)[72].

هذه القصدية الأمريكية الرامية إلى تحقيق التكامل بين الجهدين الإعلامي – الثقافي- والسياسي كانت وما تزال قائمة حيث حرص الرؤساء الأمريكيون على تأكيدها في مناسبة وغير مناسبة، وكان الرئيس الأمريكي السابق روزفلت يكرر مقولته (قدرنا هو أمركة العالم، تكلموا بهدوء، عندئذ يمكن إن تتوغلوا بعيدا)[73] وأشار إلى الاتجاه نفسه مستشار الأمن القومي والأمريكي في عهد الرئيس الأسبق جيمي كارتر (يجب أن نشيع في العالم النموذج الأمريكي للحداثة من خلال تعميم المعايير والمبادئ الأمريكية)[74] كما ذكر الرئيس الأمريكي الأسبق ريتشارد نيكسون في كتابه (الانتصار دون

حـرب) عـام 1988 (أن أمريكـا إذا أرادت أن تكـون زعيمـة العـالم فعليهـا إن تـنشر القـيم الأمريكية)[75].

ولا يعد تصدير نمط الحياة الأمريكيـة عمـلا عفويـا، كـما انـه لا ينقـل فقـط تفاصـيل سطحية للحياة اليومية الأمريكية يـتم تقـديمها بشـكل عـرضي بـل انـه تجسـيد لأيديولوجيـة مضمرة "إن طريقة الأكل واللبس والرقص والحياة تمثل أيديولوجية مثلها مثل مدينة الملاهي، وهي اشد اقتحاما من أي أيديولوجية وضعها ماركس أو ماو إن لم تكن اشد غموضا"[76].

ويحلل (Yves ,Euds) في كتابه (غزو العقل) هذه النظرة مرتكزا على مفهـوم سياسـة الأمريكيين بشأن دور أجهزة الثقافة وفحوى الرسالة الثقافية إذ يعدون أن كل محتـوى ثقـافي ينبغي إن يكون له محتوى أيديولوجي واضح، ومن هنا تأتي القاعدة الأمريكية التي تقول (أن الثقافة ينبغي أن تكون الغلاف الخـلاب لأي بضـاعة سياسـية)[77] كـما إن الأفـلام السـينمائية والبرامج التلفزيونية الأمريكية لا تألوا جهدا في ما تقدمه مـن مضـامين لتمريـر قـيم محـددة منها سيادة الروح الفردية والمغامرة والعصامية والنخبوية واللاعقلانية واللاتاريخية،وهي تعبر عن جانب من الرؤية الأمريكية للحياة وتهتم كثيرا بإبرازها عـبر أفلامهـا ومنتجاتهـا الإعلاميـة ونظرياتها النفسية والاجتماعية[78].

وتشكل الصورة ركنا مهما في العمل الدعائي الأمريكي على الصعيد الدولي، ومن خلالها يأتي المسعى للسيطرة على الإدراك والتأثير في الوجدان بعد تحقيق (الاخـتراق) الثقـافي، وبعـدها تكـون الخطـوة اللاحقـة هـي تنمـيط الـذوق وقولبة السلوك في أنماط محددة، وتحولـت الصـورة بفعـل هـذا التوظيـف إلى

سلطة رمزية تفعل فعلها المباشر عـلى صـعيد الإدراك الثقـافي العـام،وأصـبح النظـام الـبصري الدولي –نظام ثقافة العولمة – يشكل أهم المصادر لإنتاج القيم والرموز وتصنيعها والتدخل في تشكيل الوعي والوجدان والذوق على المستوى الدولي[79].

وقد أجريت في مناطق عديدة من العالم دراسات وبحوث بشـأن القـيم التـي تحملهـا الأفلام الأمريكية، وسعت إلى اكتشاف النماذج التي ترمي الأفلام إلى طرحها على صعيد البيئـة الاجتماعية والثقافية والجوانب النفسية وقدم باحث من بيرو(جورج ثابيا)- على سبيل المثـال – تحليلا شاملا لإبراز ملامح تلك الأفلام[80]:

1- البيئـة هــي مجتمـع اسـتهلاكي غـارق في الرخـاء المـادي، وخـال مـن التناقضـات والصراعات.

2- القيم الأساسية المعروضة هي الفردية والأنانية المقترنة بمنافسة عنيفة.

3- النجاح والسعادة في الحياة تكون فوق الآخرين فيما يتعلق بالرخاء المادي المتمثـل في الامتلاك والاستمتاع، وهو يمثل الهيبة والاحترام والنفوذ.

4- المجتمع يكافئ هؤلاء الذين يكسبون اللعبة ويعاقب الذين يخسرونها.

5- الذين يخسرون يجب إن يرضوا بنصيبهم على انه مـن صـنع القـدر، ونتيجـة عـدم كفاءتهم وقلة موهبتهم.

وتوظف السينما في الولايات المتحدة والغرب عموما لتغطي على تناقضاته من خلال ما تثيره في نفوس الجمهور من صراع في المواقف والمشاعر لاسيما أولئك الذين ينتمون إلى الطبقات الفقيرة وغير المتعلمة من خلال ما يعرض عليهم من قصص خيالية وأحلام تعوضهم عن الحرمان الذي يعيشونه وتمثل تلك الحالة بنظر البعض (قرصنة ثقافية) وهي تسعى لإعادة الوعي الفردي والجمعي تحت هذا الزخم الإعلامي لمنتجي السينما الذين يسعون إلى صيانة مصالحهم عبر تحويل الجمهور إلى مدمني الصورة بكل المواد المدسوسة فيها ليستفيد رجال السياسة فيما بعد من ذلك الجمهور إذ تشكل السينما للسلطات ضمانة للاستقرار عن طريق ما توفره من قوة للتأثير على جماهيرها كما إن الأفلام السينمائية تقدم كمادة في حروب الولايات المتحدة مع خصومها في العالم[81].

وقد سئل الممثل "تشيفي تشيس" عن العلاقة بين هوليود وواشنطن فاخرج حفنة من الدولارات من جيبه، فهوليود التي تمتلك مصالح مالية هائلة لتشكل (لوبي) صناعي وهي تتميز عن باقي اللوبيات بأنها تتحكم بالإعلام المرئي والمسموع الذي يعطيها نفوذا إعلاميا كبيرا وعندما تقوم الشركات السينمائية الكبرى في هوليود بتقديم التبرعات لحملات السياسيين فإنها تنتظر منه في المقابل أن يراعوا مصالحها حين يصدرون التشريعات والقوانين[82].

وفي عقد التسعينات جاء من يصف هوليود بأنها تمثل آلة الشر التي تهدد القيم والتقاليد والثقافات في المجتمعات، فقد أثار كتاب (هوليود ضد أمريكا، الثقافة الشعبية والحرب على القيم التقليدية) للمؤلف مايكل ميدفد ضجة بين أوساط كبار المنتجين في هوليود وقد تناول ميدفد سياسة هوليود وشركات الإنتاج السينمائي

العملاقة التي تقدم حسب المؤلف صورة مشوهة وغير واقعية عن المجتمع الأمريكي وأضاف ميدفيد إن صناع السينما يصفون من يتجرأ على هوليود وما يسمى بصدمة التسلية التي تقدمها الأفلام الهوليودية بأنه ينتمي إلى الجناح اليميني المتطرف أو أن يكون متدينا متعصبا(83).

وكان هناك قانون قديم قد صدر في عام 1930 ينص على انه (إن لم يتم إنتاج صورة في حال كونها ستعمل على الهبوط بالمستويات الأخلاقية لمن يراها) ولكن ذلك التقليد لم يعد ساريا بل لم يعد مقبولا في أوساط صناع الصورة المتحكمون في العالم الليبرالي ويمكن تاشير تأثير هوليود وما تقدمه من أفلام على الوعي والاتجاهات في ضوء ما قدمه مدفيد (إن الثقافة الشعبية في الولايات المتحدة ليست مثرية لحياة المواطن الأمريكي وهو تصوير لطبيعة النتاج السينمائي الذي تقدمه هوليود)(84) ويضيف احد المخرجين البارزين بشان ظاهرة العنف في السينما الأمريكية بالقول (العنف في السينما أشبه بأكل الملح كلما أكلت أكثر كلما طلبت كمية زائدة لتشعر بالطعم فالناس أصبحت متسامحة حيال المؤثرات الخطرة وخصوصا إن عدد القتلى على الشاشة تضاعف أربع مرات وقوة الانفجارات باتت تصم الأذان مع ذلك ترى الجمهور وقد تأقلم وخضع واستسلم بعد ما تطور لديه ظمأ لا يروى إلا بالإثارة المجردة)(85).

وفي تقرير ميداني للناقد فينسنت كانبي في عام 1990 لإحصاء كميات الدم المرهقة في السينما حيث حمل حاسوبا صغيرا وانطلق لإحصاء عدد القتلى على الشاشات وحين انتهى من جولته أجرى مقارنة بين أفلام الأمس واليوم وأوجه الشبه بينهما، فلاحظ كانبي أن فيلم "ديك ترايسي" المفروض انه موجه لعامة الجمهور بضمنهم الأطفال، وهو إعادة إنتاج لفيلم "الأمنية الكبيرة"

الذي عرض في عام 1975 ولكن يفوق عدد القتلى أمثالهم في الفيلم الأصلي وخلص إلى (أفلام اليوم أكثر دموية من الأمس وعدد القتلى على الشاشة في ارتفاع يوازي ارتفاع مستوى التضخم الاقتصادي حيث القتل يتحول إلى ملهاة مضحكة، والحياة إلى قيمة تافهة يلقي بها الأقوى في القمامة، ويمضي محشوا بالسخرية والنشوة لان غاية إنجازاتك أن تقتل أولئك الأشرار بأي صورة وكيفما كان وبالقدر الذي يريحك)[86].

ويستفيد الإنتاج السينمائي في الولايات المتحدة من نصائح بعض المؤسسات والمكاتب الاستشارية على صعيد تضمينه أفكار ثقافية محددة - التي كانت مكلفة (بإسداء النصح) للمنتجين نشر ما اسماه (نظرية التعويض)، وبموجبها أوصى المكتب بمكافأة الفضيلة ومعاقبة الشر وانتصار الخير ومجازاة المسيء في نهاية الفلم، وهذا الشعار الذي يبدو منطقيا ومقبولا لم يكن يعنى في الواقع سوى (انك تستطيع إن تقدم ست فصول من الشرور التي تضمن أيراد شباك التذاكر على إن يتضمن الفصل السابع نهاية تعيسة للمخطئين)[87].

وبذلك أدرك المنتجون أن عليهم أن يصوروا كل ألوان (الرذيلة) طالما إن (الفضيلة) تنتصر في النهاية، وترمي نماذج أخرى من الأفلام الأمريكية إلى تعميم صور محددة من الحياة الأمريكية بشكل خاص والغربية بشكل عام ووصف وليام دي ميل مؤلف كتاب أسطورة هوليود عناصر الأفلام (الناجحة) والتوصيلات التي تقدم لتحقيق ذلك فقال " لقد جعل من غرفة الحمام مكان يبعث على البهجة وهو أمر كان له الأثر على غرف الحمام في امتنا كلها، وقد أصبحت غرفة الحمام معبدا لفينوس تظهر للناس إن الاستحمام ليس مجرد واجب صحي وإنما احتفال جميل ولم تعد التعرية مجرد نزع الثياب بل أصبحت كشفا

تدريجيا للجمال الأخاذ ودراسة للثياب الداخلية، ولذلك أصبحت الثياب الداخلية من المناظر الساحرة وأصبح قميص النوم قصيدة حريرية عذبة الأنغام"[88].

وعلى الصعيد نفسه طرح منتجو الأفلام الأمريكيون وكاتبوها وصايا لإظهار النساء في الأفلام ومنها[89]:

1- لا ترسم أبدا (مجرد ربة بيت) إلا إذا صورتها كاريكاتورية.

2- لا تصور أبدا امرأة نمطية فالمرآة العادية (الغبية) باتت بعيدة عن النمط الشائع حاليا.

3- دع كل الشخصيات النسائية يرتبطن بعلاقات خارج الزواج بقدر ما يفعل أزواجهن فهذا مهم جدا للمساواة.

4- ضمن أفلامك ببعض النساء اللواتي يرفضن الزواج ويرغبن في علاقة جنسية تبدو مرضية ومعقولة.

5- اخلق بقدر ما يمكن نساء طيبات،محاميات،شرطيات، تحريات، سياسيات،مجرمات، كما تخلق مثل هذه الشخصيات من الرجال لتظهر انه لا يوجد شيء يدعى (وظيفة للرجال فقط).

6- اظهر بأن للنساء حقا في قيادة حياتهن والحصول على الاكتفاء (الرضا الجنسي) بغض النظر عن ما يمكن أن يؤدي ذلك.

7- دع النساء يحصلن على حق الإجهاض.

8- اسمح للنساء أن يفضلن النساء على الرجال كشريك جنسي.

9- اظهر المرآة بوصفها بديلا عـن الرجـل ولا تختلـف عنـه ألا جسـمانيا فقـط، أو قـد تكون أذكى منه قليلا.

صناعة النجوم في السينما الأمريكية

تشكل صـناعة النجـوم ظـاهرة مهمـة في السـينما الأمريكيـة وهـي تـدخل في صـميم التصدير الأمريكي للرموز والنماذج وقد مرت هوليود في هذا الصـدد بحقبتـين، الأولى سـبقت الحرب العالمية الثانية، الأخرى بعد تلك الحرب، وكان من ابرز سمات الفترتـين الأولى والثانيـة هي تواجد نظام نجوم الشاشة في كل الأفلام، وكانت الاسـتراتيجية التـي تلجـأ إليهـا الشركـات المنتجة من اجل تسويق النجوم تتضمن اكتشاف المواهـب أولا ثـم الـترويج لهـا في الصـحف والمجلات الكبرى، وأخيرا عرضها في دور السينما لمرات عدة في اقصر مدة[90] والجانب المهـم في العملية هو إن تكون التقنية المستخدمة (المونتاج، حركة الكاميرا) مـؤثرة وغـير منظـورة مـن خلال تحقيق الاندماج الموفق بين مختلـف العنـاصر وهـي عمليـة تحيـل الممثلـين إلى نجـوم تـدريجيا[91]. وتسـعى الوسـائل التـي برعـت السـينما الأمريكيـة في اسـتخدامها إلى تعزيـز (أساطيرها) بأسلوب ناعم لا يكشف بسهولة وان توظيفها الناجح اسـتراتيجية يسـعى الفـيلم إلى تتوجيها[92].

ويهدف نظام النجومية الذي يعد تلك التقنية جزءا منه إلى خلق الظاهرة الواقعية وجعل ما يدور على شاشة السينما شبه حقيقي، أو الإيحاء بأنه حقيقي حتى تبقى الأنظار مشدودة نحو الشاشة[93] ويتحول النجوم خلال تلك الأفلام إلى "روح تتفتت إلى أجزاء تلتحم بأجزاء مئات وآلاف الشباب الذين بمجرد ارتدائهم ملابس شبيهه بما يرتديه النجوم فأنهم يتقمصون شخصياتهم"[94].

ولا يعد سلوك النجوم في الأفلام هو المهم بل الانطباع الذي يبقى في أذهان الناس بشأنهم، وبذلك يلعب النجوم دورا أساسيا فاعلا قد يضاهي الدور الذي يلعبه السياسيون[95]، ويجسد اللامعون منهم السياسة الأمريكية كما أنهم يوصفون أحيانا بأنهم موظفون غير عاملين في وزارة الخارجية الأمريكية لأنهم ينقلون السياسة الأمريكية إلى كل أنحاء العالم[96].

العنصرية وتشويه الصورة القومية

مرت الأفلام الأمريكية بمراحل متداخلة عكست الإحداث السياسية التي شهدتها الولايات المتحدة، وفي كل مرحلة كانت هناك أفلام تعكس الرؤية السياسية الأمريكية لتلك المرحلة أو وجهة النظر السياسية إزاء إحداث كانت الولايات المتحدة طرفا فيها، وتحدثت الموجة الأولى من تلك الأفلام عن حروب (الابادة) التي شنها المستوطنون البيض في أمريكا ضد الهنود الحمر، وقد تخللت تلك الأفلام عروض المستوطنين البيض وهم يقتلون الهنود بالمئات والآلاف، إذ

أظهرت تفوقهم على السكان الأصليين ويظهر المستوطن الأمريكي على انه متحضر ومتفوق وفي موقع الدفاع عن النفس أمام هجمات الهنود المتكررة[97].

وجسدت أفلام الموجة الثانية العنف والحرب والانخراط الأمريكي في الحرب العالمية الثانية، وتظهر تلك الأفلام همجية الألمان واليابانيين و(وحشيتهما)، كما تحدثت أفلام أخرى عن الدور الأمريكي في شرق آسيا وأوربا من خلال تصوير تلك الشعوب بشكل مشوه إمام الصورة (المثالية) للجندي والسياسي والمواطن الأمريكي[98]. ومن داخل الولايات المتحدة ورد في تقرير قدمته اللجنة الأخلاقية بين الأقليات الأمريكية عام 1985 إن الممثلين ذوي الأصول الزنجية أو الآسيوية أو الأمريكية – اللاتينية – لا يمثلون بصورة عامة سوى 10% من مجموع النجوم والممثلين الذين ظهروا في الأفلام إما النساء فلم يكن يمثلن سوى 5% من المجموع العام للممثلين الذين ينتمون إلى الأقليات مشيرا إلى أنهن لا يظهرن في اغلب الأحيان إلا في دور الشر والأجرام والدعارة وخدم في البيوت[99].

وعلى الصعيد الدولي سعت الأفلام الأمريكية إلى تكريس صورة نمطية عن الشخصية الروسية في ذهن المواطن الأمريكي وتعميمها عالميا، وكانت تلك الأفلام تكرر عرض صورة امرأة روسية بدينة ترتدي ملابس روسية مضحكة وتتناول فطائر أمريكية وتكررت في أفلام كثيرة ومثلت الدعاية ضد روسيا على مستوى السينما وحين التقى الرئيسان الاسبقان رونالد ريغان وميخائيل غورباتشوف في نهاية الثمانينات تغيرت تلك الصورة بعد شكاوى روسية متكررة على عرض صورة الإنسان الروسي على هذا النحو[100]، وكانت تلك الأفلام تعرض الروس على أنهم أعداء للولايات المتحدة وأوربا والعالم، وانتقد

وزير الثقافة (السوفيتي) السابق جورجي ايفانوف سلسلة أفلام رامبو الأحمر وأشـار إلى أنهـا (تهدف إلى تحريك المشاعر المعاديـة للسـوفيت بـين الشـعوب في العـالم، ولتصـنع مـن قاتـل محترف بطلا خارقا، وانه لا يقتل فقط لكنه يقتل بشكل خاص الحمر والروس ليس مـن اجـل النقود بل لأسباب عقائدية وان الناس يعودون على فكرة انه لا يمكن التحدث مـع السـوفيت ألا بلغة القوة)[101].

وكانت الشركات الأمريكية الكبرى تنتج على نطاق واسع أفلاما من ذلك الطـراز وهـي تصور الاتحاد السوفيتي السابق على انـه يمثـل (إمبراطوريـة الشر) وهـو اتجـاه ينسـجم مـع تصريح الرئيس الأمريكي الأسبق رونالد ريغان عام 1982 الذي عد الاتحاد السـوفيتي السـابق يمثل (الشر في العالم) وهي إشارة ضـمنية تؤكـد إن الولايـات المتحـدة تمثـل (قـوى الخـير) في مواجهة الاتحاد السوفيتي السابق[102].

ذلك المسعى وذلك التوظيف يسود أيضا في الأفلام الأمريكيـة المنتجـة لتجسـيد صـورا مشوهة عن دول أخرى مثل الصين وكوريا الشمالية، وتظهر مثل تلـك الأفـلام صـورا مشـوهة عن الأنظمة السياسية في تلك البلدان على صعيد الحقوق المدنية لاسـيما حقـوق الإنسـان، أو أنها قد تظهر المهاجرين من تلك الدول إلى الولايات المتحـدة والأعـمال التـي ينخرطـون فيهـا على صعيد السرقة والقتل والمخدرات، وبذلك يسير التشويه الذي يرتبط بصـورة تلـك الـدول باتجاهين احدهما يسيء إلى الأنظمـة السياسـية والأخـر يتعلـق بجوانـب حضـارية وتاريخيـة خاصة بتلك البلدان[103].

أما عن صورة العرب والإسلام فأنها لا تظهر بشكل موضوعي في الأفلام الأمريكية، وقد انتقد باحثان أمريكيان هما دوغلاس كلير وميخائيل ريان من جامعة تكساس بشـدة الموقـف ألعدائي (السافر) الذي اتخذته هوليود من الإنسان العربي في كثير من الأفلام التي أنتجتها بعد عقد السبعينات، ويشير الباحثان في كتـابهما (سياسـة الكـاميرا) إلى إن أفـلام هوليـود الأخـيرة تصور العـرب رأسـمالية (بشـعين) وتحملهـم مسـؤولية المشـاكل الاقتصـادية للـعصر الحـالي، ويقولان "في الحقيقة أن التقديم الذي يقوم به سينما هوليود للعرب في مـا بعـد السـبعينات يشبه وبشكل مزعج صور اليهود في الأفلام الفاشية والنازية، ففي العديـد مـن الأفـلام المثـيرة يصور العرب إرهابيين ومتعصبين يقتلون ببرودة الضحايا الأبرياء يفتقرون إلى الحس الإنساني، وهكذا يستخدم العرب قوالب جاهزة ساذجة في أفـلام هوليـود[104] وخـلال تاريخهـا رسـمت هوليود صورة وهمية للعربي هي مزيج من الشراسة والشبق والجبن والتخلف[105] وقام جـاك شاهين أستاذ وسائل الأعلام في جامعـة الينـوى الأمريكيـة بتحليـل حـوادث جانبيـة في بعـض الأفلام الأمريكية، واستخلص منها ست أساطير تخللت الصورة المقدمة عن العرب[106]:

الأسطورة الأولى: سيقوم العرب بشراء أمريكا بكاملها.

الأسطورة الثانية: إن اللغة العربية ليسـت لغـة بـالمعنى الحقيقـي للكلمـة وهـي عبـارة عـن (رطانة) وكلام غير مفهوم.

الأسطورة الثالثة: أن كل العرب أغنياء وبصورة فاحشة.

الأسطورة الرابعة: العرب يؤمنون بالخرافات.

الأسطورة الخامسة: العرب أميون ومتخلفون.

الأسطورة السادسة: العرب يمتلكون معظم الاحتياطي العالمي من النفط.

أصناف الأفلام الأمريكية

تختلف الموضوعات والأفكار التي تطرحها الأفلام الأمريكية وتتباين حسب أطرها الموضوعية والزمانية والمكانية، وهي تستخدم أساليب وأنماط وقوالب فنية توظف العناصر الأساسية للقصة في اتجاهات فكرية محددة، وكذلك العناصر الخاصة بالبيئة التي تدور فيها والشخوص التي تجسدها، ويرتبط تصنيف الأفلام الأمريكية بقوالب السرد التي تقدم من خلالها المضامين، وهي تعتمد على أنشطة حركية وطرز موضوعية محددة تتخذها تلك الأفلام وأهمها[107]:

أولا :الغرب الأمريكي(الويسترن) وأنواعه هي:

1- المنظر الطبيعي آو الفلم الذي تؤثر في صياغته البيئة، ويجسد هذا النوع قصصا محلية لكنها لا تقل تأثيرا عن الأنواع الأخرى، وهي تتراوح بين المناظر الطبيعية والسلاسل الصخرية الشاهقة إلى الحصون والمعسكرات المخصصة للهنود، إلى البلدان التي بنيت على شارع منفرد وهو يحدد على

الفور النشاط الحركي (Action) الذي سيقع فيه والموقع الذي يتمتع بالصرامة والقسوة وهي لا تعكس فقط الحبكة بل الشخصيات أيضا لان عـرض القفـار يقـود أيضـا إلى تقـديم أبطـال غليظي القسمات أيضا وان نفترض على إن الناس الأقل غلظة سيكونون ضحايا لـنفس البيئـة، وهي حافلة بالتهديد والتهديد والمضاد.

2- فيلم (الويسترن) ذو الماضي الـذي لا يمكـن الهـروب منـه: ويـأتي عنـدما تحتـاج أن تعرف في بعض الأفلام ماضي البطل وعندما نشاهد رجل الغرب الأمريكي (الويسترن)عـادة مـا يظهر في نقطة حرجة في تاريخه المهني، أو ربما قد عدل تماما عن ما كان عليـه مـن قبـل، أي قد يتحول البطل الشرير إلى إنسـان بطـل وخـير بفعـل مـؤثر أو قـد يكـون مجـبرا أحيانـا إلى العودة إلى مسالك قديمة كان قد تركها[108].

3- رومانسية الغـرب: ويظهـر فيـه رجـل الغـرب المـاضي عـلى انـه جـزء مـن التـاريخ الأمريكي، ويجسد احد الإشكال الأمريكية، وهو مغامر لا يكبح جماحـه ويبقـى متعلقـا بعـالم أكثر نقاء من عالمه الراهن[109].

4- فيلم البطل الوحيد: رمز أو صورة البطل الوحيد الذي يمتطي الحصـان ويـنحصر في الأفق البعيد أو الذي يقترب من بعد شاسع، وهو صورة تتكرر لراكب المسافة الطويلة، يسـير وحيدا وهي ليست مجرد صورة جسدية للبطل بل رمزا لانفصال حياته عن الآخرين.

5- نمـط المـأمور أو المارشـال: مـأمور المنطقـة أو ماريشـال البلـدة مـن أكـثر أنمـاط الشخصيات التي تظهر في أفلام الغرب الأمريكي شيوعا، ورسمهم يحتمل إضافات واسعة وقـد يـأتي بـدور المسـؤول الـذي يحبـه السـياسي (الفاسـد) الـذي يضـع نفسـه في خدمـة السـلطة الحقيقية للبلدة أو الشخص الذي يستمد سلطته من الناس الذي يريدونـه رمـزه للقـانون أو النظام العام، وهو يعكس نوع المجتمع الذي يمثله.

6- الويسـترن الخـارج عـن القـانون أو رجـل العصـابة[110]: وفيـه تظهـر أنشـطة المجـرم الـذي لا يمكـن إن تغتفـر لمجـرد إن الخـارجيين عـن القـانون شخصـيات أخـاذة بسبب الإبهام غير المحسوس في الصراع بين الشخصية ومهنتها.

ثانيا: الأفلام الموسيقية أو الغنائية[111]:

1- أفلام السيرة الذاتية لفنان موسيقي.

2- أفلام الرومانسية الموسيقية.

3- الأفلام الموسيقية الساخرة.

4- الأفلام الاستعراض الموسيقية.

ثالثا: أفلام الرعب (العالم ألكابوسي)[112]:

1- أفلام الرعب المقنع (جزء من الأفلام العلمية).

2- أفلام الفزع غير العقلاني.

3- أفلام العزلة عن التجمعات الاهله بالسكان.

4- أفلام الإدمان التي تتعرض للمخاطر والأهوال.

5- الأفلام التي تتعامل مع شخصيات شريرة ومجنونة.

رابعا: أفلام الحروب:

1. أفلام الحرب الدعائية.
2. الأفلام المضادة للحرب.
3. أفلام المعارك الجوية (الحرب في الجو).
4. أفلام الحرب من حيث كونها خلفيـة، وهـي الأفـلام التـي تسرد الحبكـات أو الصراع الذي يدور في جو الحرب.
5. أفلام ضحايا الحرب.

6. أفلام المنفيون والإبطال المعزولون.

7. أفلام الجواسيس والعملاء السريون.

خامسا: أفلام الجريمة[113]:

1- أفلام تعبر عن القيم الإجرامية: السلوك العادات والخبرات التي تسود حياة المجرمين.

2- أفلام المجرم العصابي.

3- أفلام السجناء.

4- أفلام المجرم المستتر: أي المتغلغل في العالم السوي بينما هو شخص مجرم.

سادسا: أفلام البحث عن القرائن[114] :

1- أفلام التحري أو المحقق الخاص.

2- أفلام الدافع: وهو الذي يحرك رجال الشرطة لمكافحة الجريمة بوازع قانوني أو الكراهية للمجرمين.

3- احترافيو الشرطة: يمثل العرف الذي يتحكم في شخصية الشرطي وبراعته في التعامل مع الجرائم، وكذلك الجوانب التي لا تتأثر شخصيته بها بسبب العنف حيث لا يعبأ بسفك الدماء أو التعامل الوحشي في تطبيق وظيفته.

4- إجراءات التحري: وهي تعكس منهج رجل الشرطة في التعامل مع الجريمة.

وفي ضوء ما تقدم من حقائق ومعطيات تبرز جليا النظرة الأمريكية لصناعة الأفلام آذ لا تمثل لها صناعة فنية مجردة بل استثمارا تجاريا استراتيجيا مهما للاقتصاد الأمريكي فضلا عن أنها تمثل حزاما ناقلا لقيم وصور الحياة الأمريكية بمختلف أوجهها، لذلك فان الأفلام الأمريكية قد يمكن لها وبفضل انتشارها الواسع في العالم أن تصدر النموذج الأمريكي وتعممه عالميا من خلال الأفلام التي تعرضها دور العرض السينمائي والمحطات التلفزيونية الأرضية والفضائية وقنوات الأفلام المتخصصة وشبكة المعلومات العالمية (الانترنت).

مصادر وهوامش الفصل الثاني

(1) جون ر. بيتنر: الاتصال الجماهيري، ترجمة.د.عمر الخطيب، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر،1987، 219.

(2) زهير الخالدي: خطوات على طريق السينما، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر،1979، ص15,14.

(3) رؤوف توفيق: عندما تقول السينما لا، القاهرة، روز اليوسف، 1978، ص16

(4) الفيلم السينمائي.Bhoth. Fenon Almoqatel.Comص1-7

(5) م.دي فلور وآخرون: نظريات الأعلام، ترجمة محمد ناجي الجوهر، عمان،1994، ص87.

(6) آرثر نايت: قصة السينما في العالم، ترجمة سعد الدين توفيق، القاهرة 1967، ص99.

(7) نحو إطار عالمي لتحليل النظم الإعلامية: ترجمة سمير عبد الرحيم الجلبي، مجلة بحوث، العدد27، بغداد، 1989، ص121.

(8) زهير الخالدي: مصدر سابق، ص22

(9) الفيلم السينمائي: مصدر سابق، ص1

(10)Dominick. Joseph R. The Dynamics Of Mass Communication, Usa, 1990, P 277.

(11)Ibid,P,277

(12) Max , Walk ,Movies ,News Week ,June ,1998 ,P.73.

(13) John Waver, The Moving Image London, BFI. Publishing, 1988, P.279-280,

(14) Dominick ,Joseph R. ,Op.Cit ,P.77.

(15) موسيقيو رامبو الجدد: جريدة العرب، العدد(2017) لندن في 2000/1/3، ص 14.

(16)Dominick ,Joseph R.Cit,P,77.

(17) Ax Walk ,Op.Cit ,P.73.

(18) Ibid ,P.73.

(19) Ibid ,P.75.

(20)Dominick Joseph R ,Op.Cit ,P.7

(21) قوى السوق السينمائي: تقرير إخباري أوردته وكالة الصحافة الفرنسية ضمن نشرتها الإخبارية ليوم 2000/2/17.

(22) المصدر نفسه.

(23) أفلام غيرت مسيرة السينما: مصدر سابق، ص 9.

(24) المصدر نفسه: ص 9.

(25) هوليوود وصناعة السينما: تقرير أوردته وكالة الصحافة الفرنسية في نشرتها الإخبارية يوم 99/9/13.

(26) المصدر نفسه.

(27) Dominick Joseph R, Op.Cit ,P.78.

(28) Ibid.,P.78.

(29) Unesco Statistic Year Book –Unesco -Baris- 1999

(30) خالد أبو الخير: الاستراتيجيات الغربية في توظيف ثقافات دول العالم الثالث مـن خلال وسائل الإعلام، مجلة مركز بحوث، المدينة المنورة، 2005، ص160

(31) محمود الشريف: مصدر سابق، ص8.

(32) مصطفى المصمودي: مصدر سابق، ص40

(33) كمال الدين جاسم: مصدر سابق، ص91.

(34) رؤوف ألباسطي: نحن واللغات، مجلـة الإذاعـة العربيـة، عـدد1، تـونس، اتحـاد إذاعات الدول العربية، 1994، ص4.

(35) محمود الشريف: مصدر سابق، ص8.

(36) أول وزير للسينما: تقرير أوردته وكالة الصـحافة الفرنسـية في نشرتهـا الإخباريـة بتاريخ 1999/12/7.

(37) أفلام غيرت مسيرة السينما: مصدر سابق، ص 15.

(38) محمود السالم: السينما العالمية ألان، مجلة العربي، العـدد 492، الكويـت 1999، ص75.

(39) إبراهيم العريس: الصورة والواقع، بيروت 1978، ص106.

(40) Geral Mast ,News Week ,October ,1991,P.22

(41) سمير فريد: سينما 2000، مجلة زهرة الخليج، العدد 1086، السنة 21، الأمـارات العربية المتحدة، 2000، ص70.

(42) محمود السالم: مصدر سابق، ص15.

(43) رياض السريطي: السينما فن وتجارة، صحيفة القدس العربي، 1999/7/5، ص11.

(44) Geral Mast ,Op.Cit ,P.22.

(45) انشراح الشال: مصدر سابق،ص 167.

(46) أوربا خذلت فرنسا في معركة الأفلام: مجلة ستالايت، السنة الثانية، العدد 78، لندن1995، ص31.

(47) بنجامين مارير: عالم ماك، المواجهة بين التأقلم والعولمة، ترجمة.احمد محمود، نيويورك، 1995، ص111.

(48) نحو إطار إعلامي لتصنيف النظم الإعلامية: مصدر سابق، ص12.

(49) مروان نايف عدوان: مصدر سابق، ص62.

(50) الأفلام الأمريكية في السوق العالمية: جريدة الاتحاد، الأمارات العربية المتحدة، 2000/4/8، ص7.

(51) بنجامين مارير: مصدر سابق، ص109.

(52) Max Wilk, Op.Cit.,13.

(53) John Waver ,Op.Cit,P.13.

(54) محمد عباس نور الدين: الخلفية الإيديولوجية للأعلام الغربي، مجلة المستقبل العربي، العدد 199، بيروت، 1995، ص73-74.

(55) بنجامين مارير: المصدر السابق، ص107.

(56) الأفلام الأمريكية في السوق العالمية: مصدر سابق، ص7.

(57) المصدر نفسه، ص7

(58) خالد أبو الخير: مصدر سابق، ص 162

(59) المصدر نفسه، ص 7

(60) أديب خضور: سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون، مجلة عالم الفكر، الكويت، كانون الاول1999، ص296.

(61) دبلوماسية السينما: تقرير أوردته وكالة الصحافة الفرنسية في نشرتها الإخبارية اليومية بتاريخ 1999/9/27.

(62) Max Wilk, Op.Cit, P.13.

(63) عبد الإله كمال الدين: الأعلام العربي، مصدر سابق، ص92.

(64) نخبة من الباحثين: ندوة العرب والعولمة، مركز دراسات وحدة العربية،1997، ص220.

(65) خالد أبو الخير: مصدر سابق، ص162

(66) احمد بدر: الأعلام العربي والدولي، القاهرة، 1977، ص148.

(67) المصدر نفسه: ص148.

(68) محمود صالح: أمريكا وتصدير النموذج، مجلة الدوحة، العدد111، الدوحة 1986، ص96.

(69) محمد علي الأصفر: مظاهر الغزو الثقافي الأوربي المعاصر للوطن العربي، مجلة البحوث الإعلامية، عدد2، السنة الأولى، طرابلس 1992، ص35 (70) المصدر نفسه: ص35.

(71) زيغينيو بريجنسكي: بين عصرين، ترجمة محجوب عمر، القاهرة،1970، ص14.

(72) هربت أ.شيللر: المتلاعبون بالعقول، مصدر سابق، ص134.

(73) د.ر.مانكيكان: تدفق المعلومات بين الدول المتقدمة والنامية، ترجمة فايق فهيم، الرياض، دار العلوم والنشر، 1984، ص71.

(74) قيس العزاوي: مصدر سابق، ص72.

(75) د.ر.مانكيكان: مصدر سابق، ص63.

(76) قيس العزاوي: مصدر سابق، ص 72.

(77) بنجامين مارير: مصدر سابق، ص152.

(78) نبيل عبد الرحمن: الأمركة الإعلامية على أوربا، مجلة بحوث إعلامية، العـدد 17، السنة 7، طرابلس 1999، ص49.

(79) المصدر نفسه: ص49.

(80) عبد اللـه بلقزيز: العولمة والهوية الثقافية، ندوة العرب والعولمة، بيروت، مركـز دراسات الوحدة العربية،1997، ص5.

(81) اديب خضور: مصدر سابق، ص294.

(82) فؤاد إبراهيم: ثقافة الصورة، التحدي والاستجابة، صورة الـوعي ووعـي الصـورة، مؤتمر فلادليفيا الدولي الثاني عشر، عمان، 2007، ص25

(83) المصدر نفسه: ص25

(84) المصدر نفسه: ص26

(85) المصدر نفسه: ص 26

(86) المصدر نفسه: ص26,27

(87) آرثر نايت: مصدر سابق، ص105.

(88) المصدر نفسه: ص106.

(89) Mary Lewis Coakely ,Ratted X ,New York , Rilngton House Publishers ,1977,P,61.

(90) Mircealliade ,Images Et Symbols ,Paris,Gallimard,1981,P.27.

(91) بول وارن: خفايا نظام النجم الأمريكي، ترجمة.حليم طوسون، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب،1995، ص49.

(92) محمود قاسم: التخيل العلمي لماذا، مجلة العربي، م.س.ذ.، ص106.

(93) بول وارن: مصدر سابق، ص71.

(94) عدنان مدانات: غرائب الأيام في خفايا الأفلام، دمشق، 1994، ص126.

(95) محمود قاسم: نجوم في الظاهر سياسيون في الخفاء، مجلة الدوحة، العدد109، الدوحة، 1985، ص108.

(96) المصدر نفسه: ص108

(97) محمود اللبدي: دوافع مشاهد العنف في مسلسلات التلفزيون الأمريكية، مجلات لإذاعة العربية، العدد 2، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، 1991، ص66.

(98) Marcie Elliade ,Op.Cit,P.22.

(99) مروان نايف عدوان: مصدر سابق، ص51.

(100) جاك شاهين: العربي كما تراه هوليود، مجلة العربي، العدد353، الكويت، 1988، ص105.

(101) محمود اللبدي: مصدر سابق، ص70

(102) Mirce Alliad Op.Cit.P.187.

(103) محمد صبري: صور العربي في السينما الأمريكية، صحيفة القدس العربي، مصدر سابق، ص17.

(104) محمد عباس نور الدين: مصدر سابق، ص77.

(105) المصدر نفسه، ص78.

(106) مروان نايف عدوان: مصدر سابق، ص59.

(107) ستانلي جيه: أنواع الفيلم الأمريكي، ترجمة مدحت محفوظ، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، 1997، ص34-56.

(108) المستقبل الأتي: مجلة الثقافة العالمية، العدد 98، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، نيسان 2000، ص125.

(109)Andre Glucksmann ,Violence On Screen ,London ,1971 ,P.252-253.

(110) رشدي فايد: قصص الأفلام الأمريكية، جريدة العرب، لندن 2000/10/21، ص12.

(111) ستانلي جيه: مصدر سابق، ص102 -105.

(112) رشدي فايد: مصدر سابق، ص 12.

(113) المصدر نفسه: ص 216.

(114) المصدر نفسه: ص265.

الفصل الثالث

استراتيجية الأمن الثقافي العربي

في مواجهة الأفلام الأمريكية

- المميزات الاتصالية للسينما
- السلوك ألاتصالي في السينما
- المميزات الإعلامية للسينما
- الأمن الثقافي العربي
- متطلبات واطر الأمن الثقافي
- الإطار التنظيمي
- الأدوات التصورية
- مقومات الأمن الثقافي
- مؤسسات الأمن الثقافي العربي
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم
- مصادر وهوامش الفصل الثالث

تمهيد

قبل الدخول في المحور الخاص بالمؤسسات الثقافية العربية والتي كان يرجى من تأسيسها تطبيق استراتيجية الأمن الثقافي العربي وعبر محاور ومراحل متعددة نرى من المفيد أن نعرج على بعض الجوانب الاتصالية والثقافية والإعلامية الايجابية للسينما بوصفها تمثل الفن السابع وإحدى وسائل الاتصال الجماهيري المهمة فضلا عن تناول السلوك الاتصالي للجمهور داخل صالات العرض السينمائي لما يمثل ذلك السلوك من خصوصية متفردة وهو يمكن أن يقود إلى رسم تصور واضح للأسباب وراء الجماهيرية الواسعة للسينما والإقبال الكبير على دور العرض الخاص بها في كل العالم بفعل ما تشكل من عناصر استهواء وجذب وتشويق وإبهار، كما إن ذلك التناول يأتي كمحاولة للإشارة على إن التناول للسينما الأمريكية لاياتي للتعميم بأنها غير مفيدة وضارة بالمطلق بل إن هناك جانب كبير من الايجابية في السينما وهو ما يمكن تناوله في بحث وموضع آخر، لذا فان المدخل سيكون لتلك المحاور قبل الدخول في تفصيلات ما يتعلق بالأمن الثقافي العربي.

المميزات الاتصالية للسينما

تعد الأفلام السينمائية من وسائل الاتصال الجماهيري المهمة والمؤثرة لاسيما وأنها تمتلك القدرة على جذب بليون مشاهد سنويا في دور العرض السينمائي، وإذا تم ربط ذلك مع تزايد عدد مشاهدي تلك الأفلام في المنازل من خلال الفيديو والفضائيات وقنوات الكيبل يصبح عدد أولئك الذين يشاهدون الأفلام ضخما جدا.

كانت البداية في السينما مقتصرة على الصورة كونها ولدت ونشأت صامتة لكنها لم تجد صعوبة في إرضاء جماهيرية ضخمة لما يشكله الفن السابع من استهواء جماهيري مباشر، وبفعل محاكاته للواقع وعرضه لأنماط مختلفة من العلاقات الإنسانية، ويثير الفن السينمائي في النفوس الشعور بالتوتر ويغري الإنسان بالتعرف على نفسه في الآخرين، ويقول أرسطو في هذا الصدد "إن محاكاة الحياة اشد استهواء للأطفال والكبار وعامة الناس"[1].

لقد اتسعت أهمية السينما بوصفها وسيلة اتصال ذات جمهور خاص عندما نطقت بعد صمت دام سنوات عدة، وعندما تتنافس الصورة والحركة والكلام من اجل إثارة الاهتمام فلا يمكن للصورة والحركة إلا أن تفوز بقدرتها العالية على مخاطبة اللاشعور والتأثير فيه[2].

والصورة هي المادة الأساسية للغة السينمائية لاسيما وان تكوينها يتميز بتراكيب عميقة قادرة على نقل الواقع المصور نقلا دقيقا يتسم بالأداء الجمالي المرتبط برؤية المخرج، ويعرف باحثون متخصصون السينما بأنها "فن

الصور المتحركة" وقد أشار جان اينشتاين إلى ذلك بقوله "إن الحركة تكون حقا القيمة الجمالية الأولى للصور على الشاشة"[3] وبذلك فان الصورة واستمرار الحركة يكونان جزء من تعريف السينما بذاته ولان جوهر الحركة هو جوهر العمل السينمائي ووسيلتها المهمة للتعبير عن مضامينها فأنها تتسم بخصائص أساسية ونوعية عدة أهمها[4]:

1. الصورة السينمائية واقعية وهي تتمتع بمظاهر كثيرة من الواقع والحركة التي تأتي في مقدمة تلك المظاهر، وكانت الحركة تثير دهشة المشاهدين في الماضي فمنظر قطار يتجه صوبهم عبر الشاشة قادما من الأفق البعيد كان يثير الرعب في نفوسهم كما إن الصورة بحكم توجهها إلى حاسة الإبصار (وهي أكثر الحواس واقعية) تعد وثيقة مرئية تحظى بالاحترام في نظر المجموع البشري.

2. للصورة دورها الدال إذ إن كل ما يظهر على الشاشة له معنى في الحقيقة وهي يمكن أن تكون كذلك ليس بطريقة تصويرية مباشرة حسب وإنما بطريقة رمزية أيضا.

3. للصورة خاصية "التعبير الأوحد" فهي بحكم واقعيتها العلمية لا تلتقط في الحقيقة إلا مظاهر دقيقة ومحددة لطبيعة الأشياء ويشير اينشتاين إلى ذلك بالقول "لما كانت الصورة دائما ملموسة على نحو دقيق وغني فأنها رديئة الطواعية للتخطيط الذي يسمح بالقيام بتصنيف دقيق ولازم لإقامة بناء منطقي قابل التعديل".

4.للصورة السينمائية القابليـة التشـكيلية الرمزيـة وهـو أمـر لا يتعـارض مـع خاصـية "التعبير الأوحد" لها والمعنى الثاني وهو الرمزي الذي يكون متلونا لكنـه يتعـارض مـع دلالتهـا المباشرة.

وقد أضحى الفيلم السينمائي ذو أهمية كبيرة بوصفه وسيلة للترفيـه والإعـلام في وقتنـا الراهن ولا تجاري وسائل الإعلام والاتصال الأخرى قدرته عنـدما تجتمـع فيـه الصـورة الفنيـة والصوت والموسيقى التعبيرية إذ يشكل ذلك طاقة إعلامية كبـيرة، وخـلال التجـارب الميدانيـة أتضح إن الوسائل السمعبصرية تمتاز بتأثيرها القوي بحكم واقعية الصـورة وحيويتهـا مقترنـة بالصـوت المعـبر، وأشـارت الدراسـة التـي أجراهـا بلـومر Blamer وDob إلى أن الوسـائل السمعبصرية تتفوق من حيث قوة تذكر الأفـراد المتعرضـين لهـا، كـما أثبتـت تجـارب أخـرى القدرة الفائقة لها على الاستهواء والجذب للمثقفين والمتعلمين وسواهم[5].

والفن السينمائي يتطور بسرعة كبيرة ويتغير بلا توقف بوصفه واقعـا جماليـا وإعلاميـا واجتماعيـا، ويعـزو احـد المتخصصـين في الفـن السـينمائي "مارسـيل مـارتن" هـذا التطـور إلى مسببات عدة من أهمها[6]:

1. جمالية: وهي تتعلق بما يبتكره القائمون على صناعة الأفلام مـن أسـاليب ووسـائل التعبير الجديدة.

2. فنية: وهي ترتبط بإتقان الوسائل الفنية والتقنية الجديدة التـي مـن شـانها تعزيـز خطوات التقدم والتطور الفني.

3. إعلامية واجتماعية: وهي ترتبط بوظائف الفن السينمائي وعلاقة الجمهور بأنواع الأفلام المعروضة على خلفية جدلية العلاقة بين رغبات الجمهور والأفلام السينمائية السائدة وإمكانية خدمة وتحقيق الأهداف الإنسانية والإعلامية والاجتماعية من خلال تناولها وتسليط الضوء عليها عبر الأفلام السينمائية التي تحاكي الواقع بمختلف أوجهه وصوره.

ويرتبط الفن السينمائي بالدوافع والحاجات الإنسانية الأساسية وإذا كان الحافز العميق لكل نشاط إنساني هو البحث عن السعادة فان ما مطلوب هو أن تعكس السينما دائما بعاطفة وبعد نظر صراع الإنسان في سبيل الحصول على السعادة ومكوناتها (الحرية، العدالة، الحب) وفي مقدرة السينما على هذا الأساس أن تكون فنا إعلاميا إلى جانب كونها فنا تعبيريا[7].

وينجح الفيلم السينمائي بفضل قدرته على تحريك الخيال وتوجيهه لإدراك الموضوعات المطروحة، والسينما تستطيع أن تقدم قدرا هائلا من المعلومات والأفكار، ويقول مارشال ماكلوهان عالم الاتصال الكندي في هذا الصدد "يقدم لنا الفيلم في لحظة واحدة منظرا طبيعيا بأشخاص يتحركون عليه كان يحتاج إلى بضع صفحات من الكتاب لوصفه ويستطيع في اللحظة التالية أن يكرره ويمكن أن يستطرد في تكرار تلك المعلومات المفصلة، وكما دفع المصور الفوتوغرافي الرسام إلى الفن التجريدي، كذلك دفعت السينما الكاتب إلى الاختصار والاقتصاد في العبارة والرمزية العميقة من حيث لا يستطيع الفيلم أن ينافسه"[8].

وذهب ماكلوهان كـذلك إلى الإشـارة إلى إن إنسـان عصر الطباعـة قـد تعـود السـينما بسرعة لأنها كالكتاب تقدم عالما داخليا من الخيال والأحـلام، فالمشـاهد يجلـس في حالـة مـن العزلة النفسية كما هو الشخص الذي يطالع الكتاب أو الصحيفة في صمت والفيلم السينمائي ليس في الواقع سوى وسيلة خالصة فقط كالغناء والنثر ولكنه شكل فني جمالي يضم أكثر مـن فرد يشتركون في توجيهه (الضوء، الصـوت، التمثيـل والـنص) وكـذلك فـان الصـحافة والإذاعـة والتلفزيون هي أشكال تعتمد على مجموعات كاملة من العاملين وعلى تسلسلات هرمية من المهارات المتعاونة في عمل مشترك لهم[9].

السلوك ألاتصالي في السينما

يشير عدد من الباحثين ومنهم لازرسفيلد بشان السلوك ألاتصالي إلى روايـة (كـل شـئ أو لاشـئ) والتـي تفيـد بـان المـتحمس للاسـتماع للإذاعـة يميـل إلى إن يكـون متحمسـا أيضـا لمشاهدة للسينما، ومن جانب آخر فان الذين يندر ترددهم على دور السـينما لا يميلـون إلى استخدام الراديو مرات كثيرة، وأشار لازرسفيلد إلى إن الذين يقـرأون الكتـب بانتظـام يميلـون أكثر من سواهم إلى التردد على دور السينما، وتؤكد الدراسات منـذ ظهـور التلفزيـون قاعـدة (كل شئ أو لاشئ) إذ تشير إلى إن من أوائل من اشترى أجهزة الاستقبال التلفزيـوني كـانوا ذو عقلية أكثر تحمسا لوسائل الإعلام من الذين لا يمتلكون تلك الأجهزة وأولئك الرواد كانوا مـن الذين يقرأون الكتب والمجلات والصحف ويستمعون إلى الإذاعات يترددون على دور السـينما أكثر من غيرهم[10].

وقد أشارت دراسات أخرى إلى إن هناك فرق بين المشاهدين للسينما وغير المشاهدين، فـالأميون مـن غـير المشـاهدين يشـكلون الغالبيـة الكـبرى، كـما ارتبطـت مشـاهدة السـينما بالتعليم، فالمشاهدون تميل نسبتهم إلى الارتفاع بارتفاع المستوى التعليمي، وأشـارت القاعـدة الثانيـة في تلـك الدراسـات إلى إن اسـتخدام وسـائل الإعـلام ومنهـا السـينما يـزداد بارتفـاع الدخل[11].

وعلى صعيد آخر قد تربط عملية المشاهدة بالعادات والتقاليد السائدة إذ يشير ولبور شرام إلى ذلك في معرض قوله بـان تلـك الأدوار الاجتماعيـة يمكـن أن تـؤثر في اختيـار وسـائل الإعلام لان الاستمرار في أنماط السلوك أيسر من تغييرها والسلوك الإعلامـي يصـبح في حقيقـة الأمر جزء من السلوك الاجتماعي[12].

وقد تتوزع دوافع الذهاب لمشاهدة الأفـلام في السـينما عـلى مسـتويات عـدة بعضـها يتعلق بالبحث عن التسلية والمتعة أو الترويح عن النفس بشكل عام والأخرى ترتبط بالسعي لاكتساب معارف جديدة فضلا عن دوافع تتعلق بالبحـث عـن أشـياء يصـعب مشـاهدتها في الحياة العادية، ومتابعة النجوم المفضلين والاستمتاع بأجواء المشاهدة الجماعية داخل صالات العرض[13].

أما عن جمهور السينما فهو ينقسم بشكل أساسي حسب العرض إلى نوعين[14]:

1. جمهور دور السينما: وهـو الـذي يتوجـه إلى صـالات العـرض السـينمائي للمشـاركة الاجتماعية التي تجتذب الشباب وهي مرغوبة لدى شرائح واسعة من المجتمع.

2. جمهور المنازل: وهـم الـذين يشـاهدون الأفـلام السـينمائية مـن خـلال التلفزيـون والفيديو والانترنت والكيبل وهو يسعون بالدرجة الأساس إلى قضاء وقـت الفـراغ والاسـتمتاع بالأفلام بعيدا عن الصخب والضوضاء.

المميزات الإعلامية للسينما

تتمتع السينما بمجموعة من الخصائص الإعلامية من أبرزها ما يأتي[15]:

1. تجذب جمهور لا باس به للمشاهدة وتتوقف نسبة المشاهدين على أهمية الفـيلم في الموضوع والتمثيل والعرض.

2. يشاهدها المتعلم وغير المتعلم.

3. شديدة التأثير على حديثي السن مما يمكن توجيه الناشئين بواسطتها توجيها جادا.

4. سهولة تكرار عرض الأفلام بكلفة قليلة بخلاف المسرحية.

ومن المزايا الإعلامية الايجابية للفلم السينمائي الناجح[16]:

1. أن يكون أسلوبه طريفا جدا لا يرهق المشاهدين ولا يثقل على أعصابهم.

2.أن تكـون فكرتـه مـا ينفـذ إلى مشـاعر المشـاهدين ويثـير عـواطفهم ويحظـى باهتماماتهم.

3. أن تلائم حوادثه المعقول المألوف.

4. أن يسـتخدم التوجيـه بلباقـة وحـذر بـالغ والا انقلـب إلى دعايـة قـد تقابـل بمعارضة.

5. أن يشير إلى غايات وأهداف محترمة ولها مكانتها في النفوس.

6. أن يحسب عوامل الزمان والمكان والظروف المنوي عرضه فيها.

ولا يقتصر دور السينما على كونهـا أداة للتسـلية في دور العـرض السـينمائي وقضـاء أوقات الفراغ حسب بل تعد أيضـا مـن الأدوات المهمـة في عـوالم التربيـة والتعلـيم والدعايـة وخدمة المجتمع والمؤسسات الحكومية والخاصة كما أنها تؤدي مجموعة من الوظائف تعرف بوظائف الفيلم السينمائي والتي تعددت وكان الأبرز فيها(17):

1. إمداد الجمهور بالمعلومات والخبرات الجديدة.

2. التأثير في الرأي العام.

3. التعبير عن المواقف والقضايا والأحداث في المجتمع.

4. الإقناع باتخاذ المواقف.

5. الدعوة لممارسة سـلوكيات أو الـتخلي عـن سـلوكيات فضـلا عـن تقـديم نصـائح في العلاقات العامة.

6. التعليم والتدريب.

7. وسيلة لهروب الجمهور من المشاكل الخاصة بالحياة اليومية للتسلية والترفيه.

8. ممارسة الفن السينمائي بوصفه مصدرا للثروة والدخل الكبير.

ويعود النجاح اللافت في صناعة السينما إلى مجموعة من العوامـل المتضـافرة والتـي مـن أبرزها[18]:

1. الاستمرار في تحسين الجودة في تلك الصناعة لدعم وجذب اكبر عدد من المشاهدين.

2. التطوير المستمر في فاعلية عمليات التوزيع على المستويات المحلية والخارجية.

3. انتشار وازدهار نشاطات معارض الأفلام السينمائية والإقبال الشديد عليها.

4. توفير وتامين المهارات الفنية والتقنية لدى العاملين في هذه الصناعة خصوصا كونها مبنية على تعدد الثقافات.

5. وجود ظاهرة دعم للإبداع الفكري والحفاظ على الحقوق الفكرية من قبل نظام صناعة الأفلام.

6. الزيادة المتواصلة في وعي الجمهور وتغيير أذواقه واهتماماته المتزايدة بعالم السينما ومنتجاتها.

7. نجاح صناع السينما في جذب متخذي القرارات الاقتصادية إلى صناعتهم من خلال تحقيق أهداف جانبية لهم من خلال دمج علوم الترويج والعلوم السايكلوجية والاجتماعية والسياسية في صناعتهم السينمائية.

الأمن الثقافي العربي

يستدعي تناول التطور الحاصل في ميدان الأعلام على الصعيد الدولي التساؤل عن طبيعة النتائج التي يمكن تلمسها على صعيد الأمن الثقافي ونسق القيم لدى المجتمعات التي لا تمتلك القدرة على المنافسة والمواكبة المتوازنة إذ جعلت القوى والدول المتحكمة في مجال الصناعات الإعلامية والثقافية بما تمتلكه من أسباب القوى المادية والتقنية والفنية دول الجنوب بعيدة عن ميدان المنافسة وفي حالة من الاعتماد على ما توفره لها حتى تحول بمقتضاه الحقل

الاجتماعي والثقافي لتلك المجتمعات إلى ميدان خصب لتـوطين مجموعـة جديـدة مـن القـيم والرموز ونظم التفكير[19].

ولا يعد الأمن الثقافي هدفا ثقافيا - فكريا حسب وإنما هـدفا حضـاريا شـاملا ينطـوي على جوانـب وطنيـة وقوميـة متعـددة لا تـنحصر في الميـدان الثقـافي وهـو يـرتبط بالأوضـاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تعيشـها امـة أو دولـة مـا وتـرتبط متطلباتـه بـالقرار السياسي والبنى الاجتماعية والاقتصادية القائمـة فضـلا عـن تأثرهـا والى حـد بعيـد بالإحـداث العالمية بما فيها من عوامل مؤثرة في الثقافة ومنها العامل الإعلامي الذي بات يخترق الحـدود السياسية[20].

ويستمد الأمن الثقافي حدوده من فلسفة الدول وأيديولوجيتها ومصالحها إذ تم تبنـي سياسيات ثقافية وإعلامية من اجل حماية الوجود وصياغة الفكر الثقافي المستقل والسعي إلى تقليص الآثار السلبية لتدفق الأعلام الأجنبي الوافـد مـن مصـادر عالميـة حفاظـا عـلى الهويـة الثقافية[21].

ولا يشير استخدام مفردة الأمن في مجال الثقافـة بـالضرورة إلى إجـراءات سـلبية عـلى الرغم من أنها تنبه إلى وجود أخطار تحيق بالثقافة، وهي في اللغة العربية تعني معنا واحـدا مع مفردتي الأيمان والأمان، وجميعها تجسد حالة ايجابية على الرغم من انطواء الموقـف عـلى الشعور بالقلق من أخطـار محتملـة إلا انـه حالـة مهمـة لتحقيـق الإبـداع وتجـاوز الإخطـار القائمة[22].

وقـد تـرتبط مفـردة الأمـن بموضـوع محـدد يشـير إلى إن الحالـة يحيطهـا الخطر ويهددها في وجودهـا وأمنهـا أو يسـعى إلى التـأثير سـلبا فيهـا بمـا يفسـد

وضعها الطبيعي،الأمر الذي يستدعي التعرف على مصادر الخطر وردعها بشكل مباشر أو وضع الخطط المضادة لها[23].

وعندما ارتبطت مفردة الأمن بالثقافة أصبح الحديث عن "الأمن الثقافي" على الرغم من أن الثقافة يفترض إن تقترن بالعطاء والإبداع لا الدفاع والتحصين، وهو يشير إلى الحفاظ على مقومات الثقافة أبعادها ومجالاتها ومظاهرها وتعبيراتها المختلفة وتأهيلها من خلال سعي جاد لأداء دورها التاريخي والحضاري في سياق المعاصرة والمشاركة الفاعلة والقادرة على التصدي للقضايا الإقليمية والدولية[24].

كما لا يعني الأمن الثقافي غلق الأبواب والانطواء على النفس وتوسيع لائحة الممنوعات والابتعاد عن وسائل الأعلام الحديثة بل هو استراتيجية تسعى إلى توفير الثقافة الصالحة للناس والمنسجمة مع تراثهم وهويتهم الحضارية في ظل الحياة المعاصرة[25].

ويرتبط مفهوم الأمن الثقافي بمفاهيم أخرى منها الأمن القومي والأمن الإعلامي وهو يمثل احد مستويات الأمن القومي ما دام الثاني يعني امن الأمة ووحدتها واستقلالها ودرء الإخطار التي تهددها[26].

كما إن الأمن القومي يتضمن إلى جانب ما تقدم حالة من الأمان لا ترتبط بأخطار داهمة أو متوقعة حسب بل يتطلب الاطمئنان على سلامة الأمن القومي من جوانب متعددة منها المجال الثقافي[27].

كما إن الأمن في المجال الإعلامي "يشترك هو الأخر في عناصر عدة مع الميدان الثقافي إذ تتطلب الحالة الايجابية في الميدانيين" وضع مجموعة من الحمايات والضوابط من قبل الدول من اجل منع أو الحد من تغلغل الأفكار والمعتقدات والتصورات التي تتناقض مع أيديولوجية الدولة والبناء الثقافي والحضاري لها[28].

وتشتمل مفردة الأمن أيضا جوانب اقتصادية واجتماعية في أطار ما يطلق عليه ب- "الأمن الدفاعي" عندما يشار إلى الموضوع بوصفه مطلبا مرتبطا بحياة الدول والجماعات والأفراد فأنه يرتبط فضلا عن امن الدولة بأمن المواطن الفرد على صعيد الدفاع عن خياراته ومقومات حياته على اختلاف أوجهها[29].

كما باتت مصطلحات مثل الثقافة الوطنية أو القومية التي تجسد حالة الفرد والجماعة تدخل في عداد مقومات الأمن بمعناه الشامل[30] وعد الأمن الثقافي متعدد المقومات والمهام في ضوء مفهوم الثقافة ودورها ولاسيما أنه يتسع لميادين متعددة تتضمن أفاقا معرفية وإنسانية[31].

ويحمل مصطلح الثقافة من المصطلحات دلالات تتصف بالعمومية والخصوصية في أحايين مختلفة في إطار معاينة الأساسية الثلاثة (لغوية وفكرية واجتماعية) ويعد تعريف "تيلور" للثقافة من أكثر التعريفات شيوعا بشأن المفهوم الاجتماعي للثقافة وبموجبه ينظر إلى الثقافة بوصفها "تلك المجموعة المركبة التي تتضمن المعارف والمعتقدات والفن والحق والأخلاق والأعراف والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضوا في المجتمع"[32].

كما تشكل عناصر أساسية أخرى للمفهوم الفكري للثقافة مثل الإبداع واللغة ونظام القيم والعقائد بوصفها جزءا مهما من الثقافة عبر التفاعل بين العناصر المختلفة[33]، وهي تضم جوانب حضارية تتصل بالأدب والفن والعلم والتقنية، وفي ظل ذلك شاعت بشأن الثقافة رؤية أكثر تحديدا وارتباطا بمفهوم التنمية الفكرية واكتساب المعارف والآداب والفنون والارتقاء بالذوق والحس الجماعي[34] وقد جاءت أوصاف عناصر الثقافة في تعريفات عديدة وجميعها كانت تؤكد على إن الثقافة تجمع صفتين في كونها أنتاجا ومنتجا[35]:

أ - الثقافة نسق اجتماعي وقوامها القيم والمعتقدات والمعارف والفنون والعادات والممارسات الاجتماعية والأنماط المعيشية.

ب - الثقافة الإيديولوجية: في هذا لإطار ترد الثقافة بصفتها الزاوية التي ينظر من خلالها الفرد إلى ذاته ومجتمعه فضلا عن كونها معيارا للحكم على مختلف القضايا.

ج - الثقافة بوصفها انتماء: في هذا المستوى تعبر الثقافة عن التراث والهوية وطابع الحياة اليومية للجماعة الثقافية.

د - الثقافة بوصفها تواصلا: وفي هذه الحالة يتم نقل أنماط العلاقات والمعاني والخبرات بين الأجيال.

وتتسم المجتمعات بثقافات خاصة تعيش فيها وتحتفظ بميزاتها وخصائصها وهي تحدد شخصيتها المستقلة فضلا عن إن لتلك الثقافات مقومات مادية ومعنوية

تتلخص المادية منها في طرائق المعيشة والأدوات التي يستخدمها أفراد المجتمع من خلال حياتهم بينما تتضمن المقومات المعنوية مجموعة العادات والتقاليد التي تسود المجتمع والتي توارثها إفراده جيلا بعد جيل مثل القانون والعرف الذي يحكمهم والقواعد الأخلاقية التي تحدد علاقة بعضهم ببعض[36].

كما تكتسب الثقافة سمات عامة وأخرى خاصة وتعد السمات الأساسية للثقافة من عمومياتها التي ترمي إلى تشكيل نمط مشترك من الاتجاهات بين أفراد ثقافة ما يتميزون فيها عن ثقافة أخرى، إما خصوصيات الثقافة فهي ما تسمى بالمتغيرات أو البديلات التي تجسد عناصر الثقافة الأصلية بحكم الاتصال بثقافات أخرى[37].

ويشيع اللبس والخلط بين مفهومي الثقافة والحضارة في حالات عدة بحكم تداخل بعض عناصرهما، فبينما تتعلق الحضارة بالجانب المادي من حياة الجماعة البشرية تقوم الثقافة بالجانب الروحي في إدراك ما ينظم حياة الجماعة من ضرورات وقوانين وقوى كما تمثل الحضارة نوعا من التسوية البراغماتية بين الإنسان وما يحيط به من ضرورات قد لا ترفع الوعي إلى مستوى الاحاطة الموضوعية الدقيقة بوقع تلك الضرورات بينما الثقافة لا يمكن لها إن تكون كذلك حتى تتحقق تلك الاحاطة وتصل بالإدراك إلى الاختيار المسؤول[38].

متطلبات واطر الأمن الثقافي

يتطلب الأمن الثقافي بيان وتعزيز القواعد والأسس المتوافرة في ثقافة من اجل الإسهام في مواجهة مساعي "الاختراق الثقافي" وخلق حالة من الوعي

الثقافي كما يتطلب من جانب أخر التوجه نحو صنع الحياة الثقافية الذاتية والعمل على تقوية البنيان النفسي والفكري للمجتمع حتى بلوغ الوعي والإدراك الذي يفشل معه كل محاولات تصدير القيم في مجال الثقافة والأعلام[39].

ويتطلب تكريس الأمن الثقافي السعي إلى خلق المناخ الفكري والاجتماعي السليم تشريعا وتنظيما وممارسة من خلال عنصرين أساسيين[40]:

1- الاعتزاز بالذاتية الثقافية والحضارية لأنها بمثابة الإطار العام أو الوعاء الذي يستوعب نتاج الثقافة الذاتية وروحها بما تمثله من رموز وأفكار وقيم.

2- الانفتاح والحوار مع الثقافات المعاصرة لان الثقافة عبارة عن عملية مستمرة لا تتوقف عند حد أدنى تكتفي بتوفيره للناس وإنما تهيئ الأرضية لعملية انطلاق ثقافي وتأخذ الموروث الثقافي والانفتاح على الثقافة المعاصرة نقطتي انطلاق في جهدها الثقافي الراهن، كما يفترض إن يحتمل هذا المفهوم جانبين[41]. الأول هو مستوى التصور الفكري بشأن تقديم بناء متكامل من التنظيم الجماعي أهدافا ووسائل ومؤسسات داخل إطار قومي ومن خلال علاقات وظيفية واضحة والثاني في مستوى الإنجاز عندما تتجسد الأفكار في إعمال وأنشطة متفاعلة توظف جميعها لخدمة الغاية القومية المستهدفة.

ويتطلب الأمن الثقافي بوصفه مفهوما عريضا إطارا تنظيما وأدوات تصورية ومقومات فكرية ومادية فضلا عن إجراءات قانونية وإدارية تسعى إلى تنظيم المشروعات والبرامج التي تتناول مجالات وميادين متنوعة.

الإطار التنظيمي

يعد الإطار التنظيمي لمفهوم الأمن الثقافي أطارا قوميا وهو يتمثل في جامعة الدول العربية، وكانت المعاهدة الثقافية هي الوثيقة الأولى التي وقعتها الدول الأعضاء، ثم كانت الإدارة الثقافية من أولى الإدارات المتخصصة التي نشأت في إطار الأمانة العامة للجامعة واضطلعت بدورها في مجال التربية والثقافة والى جانب ذلك نشأت أجهزة ومعاهد عدة ذات سعي قومي في مجالات التراث واللغة والثقافة ومحو ألامية[42].

وجاءت الحلقة الأهم للإطار التنظيمي المتكامل للعمل الثقافي العربي في المؤتمر الثاني لوزراء المعارف والتربية والتعليم الذي انعقد بمبادرة من إدارة الثقافة في إطار الأمانة العامة للجامعة العربية في بغداد عام 1964 إذ اقترح المؤتمر مشروع ميثاق الوحدة الثقافية ودستور المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم واقر ميثاق الوحدة الثقافية ودستور المنظمة[43].

الأدوات التصورية

بعد أن استكمل مفهوم الأمـن الثقـافي العـربي مقوماتـه شرعـت الأجهـزة والمؤسسـات الثقافية العربية في وضع التطور الشامل في كل مجالات اختصاصها ضـمن خطـط متنوعـة في مدياتها الزمنية، وجاءت تلك التصورات عـلى افـتراض ضرورة إن تكـون الأدوات التصـورية أو منهجية العمـل أدوات شـمولية تتمثـل في اسـتراتيجيات أفقيـة لاقنيـة ثقافيـة مسـتوعبة لهـا جميعا[44].

مقومات الأمن الثقافي

تتجسد تلك المقومات في العناصر الأساسية التي يقوم عليها الأمن الثقافي العربي، وهي تتأثر في كل الأحوال بعوامل داخلية وخارجية مختلفة في درجة قوتهـا، وهـذه العوامـل تمثـل مصدر دفع أو إضعاف وبذلك قد تترك أثرا سلبيا أو ايجابيا على الأمن الثقافي العـربي في ضـوء الواقع والمعطيات[45].

ومثل الإنسان العربي احد تلك المقومات بوصفه الهـدف أو المرتكـز الأسـاس في أغناء الثقافـة العربيـة فضـلا عـلى انـه يمتلـك القـدرة عـلى الحفـاظ عليهـا مـن الثقافات الدخيلة التي قد تشـوه صـورتها الحقيقيـة[46] كـما مثلـت اللغـة العربيـة مقوما أخيرا بوصفها جزءا من الثقافة وأداة للتعبير والتلقـي وتمثـل فكـرا اجتماعيـا

مشتركا من خلال الأفكار المنقولة عبرها بوصفها أداة للتعبير عن الثقافة العربية والتفكير فيها وقوام شخصيتها ولاسيما أنها أداة لنشر الفكر العربي[47].

ويعد التعريب احد مقومات الاصالة الثقافية ليس لأنه عملية لغوية أو تقنية مجـردة بل لأنه ارتبط أيضا بالبعد الاجتماعـي والثقـافي والقـومي للغـة العربيـة التـي تتحمـل عـبء تشكيل واغناء الثقافة العربية المشتركة في الوطن العـربي[48] كـما شـكل نشر الإنتـاج الفكـري العربي مقوما آخر للأمن الثقافي العـربي، سـواء أكـان مؤلفـا أم منقـولا إلى الثقافـات الأجنبيـة لتيسير التعرض للنتاج الثقافي العربي فضلا عن أهمية توفيره وجعلـه متاحـا للجميـع وتـذليل العقبات التشريعية والمادية التي تعترض عملية تدفقه عبر الحدود القطرية[49] وتـبرز أهميـة دور الحكومات والمنظمات العربية المتخصصـة في هـذا المجـال مـن خـلال توليهـا مهـام نشر النتاج الفكري ودعمه ماديا ومعنويا لتعزيز التطور الثقافي والاجتماعي العربي[50].

ويمثل تأمين الموارد الأولية الضرورية للإنتاج الثقافي أولوية عالية الأهميـة لتحقيـق الأمن الثقافي وعلى الرغم من وجود الصناعات الثقافية في الأقطار العربية ظلت العمليـة غير كاملة ولا تغطي حاجة البلد المنتج حتى[51]، لذلك برزت الحاجة إلى إنشـاء صـناعات ثقافيـة عربيـة عملاقـة تقـوم عليهـا هيئـات قوميـة تغطـي الحاجـة في ميـدان الثقافـة والمجالات المهمة الأخرى[52] كـما إن مـن شـأن تطورهـا خلـق وبلـورة الامكانـات الماديـة والمعنوية للثقافة الحقيقية وإيجاد المناخ الاجتماعي الملائـم للتطـور الحضـاري وتحقيـق مردود اجتماعي وسياسي وثقافي (79) لذلك فأن الأمن الثقـافي يسـتدعي الـتحكم بـالبنى

الأساسية لإنتاج أدوات الثقافة ماديا واجتماعيا وإتاحة الإنتاج بالوفرة العادلة وتنميطه لتوسيع الخبرة العربية[53].

مؤسسات الأمن الثقافي العربي

عبرت مبادرة جامعة الدول العربية بإبرامها أول معاهدة ثقافية عن الوعي بأهمية الثقافة العربية ودورها التاريخي والحضاري ومن ثم جاء ميثاق الوحدة الثقافية وتبعها قيام المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم لتتوج كل تلك الجهود بوصفها مؤسسة متخصصة مثلث الإطار التنظيمي الذي يستوعب كل المبادرات العربية في مجال الثقافة والفكر والتعليم تشريعا وتنظيما وممارسة[54] ومن ابرز تلك المؤسسات ما يأتي[55]:

1. معهد المخطوطات: أنشئ المعهد في عام 1964 في إطار الجامعة العربية في القاهرة وتم ضمه إلى المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم عند إنشائها في عام 1970، وهو يقوم بجمع المخطوطات ذات الصفة الموضوعية.

2. معهد البحوث والدراسات العربية: أنشئ المعهد في عام 1953 بقرار من مجلس جامعة الدول العربية، وانضم إلى المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم بعد تأسيسها، وهو يهدف إلى إعداد جيل من الباحثين في القضايا العربية المعاصرة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والقانونية والأدبية وإعداد البحوث ونشرها على المستويين العربي والدولي.

3.مكتب تنسيق التعريب في الوطن العربي: قام بمبادرة من المملكة المغربية عام 1961 ثم تبنته جامعة الدول العربية والحق بالمنظمة بعد قيامها، وهو يهدف إلى تنسيق الجهود التي تبذل للتوسع في استعمال اللغة العربية في التعليم وتتبع حركة اللغة العربية داخل الوطن العربي وخارجه.

4.المركز العربي للتقنيات التربوية: أنشئ المركز في عام 1975 ويهدف إلى تطوير التقنيات المستخدمة في التعليم إنتاجا واستخداما وتجديدا للعملية التربوية.

5. معهد الخرطوم الدولي للغة العربية: افتتح المعهد في عام 1974 وهو يهدف إلى إعداد متخصصين في تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها.

6.الجهاز العربي لمحو ألامية وتعليم الكبار: أنشئ الجهاز الذي كان يعرف بالجهاز الإقليمي العربي لمحو ألامية في ظل الأمانة العامة لجامعة الدول العربية سنة 1967 وبقيام المنظمة انضم إليها في عام 1970 تحت اسم الجهاز العربي لمحو ألامية وتعليم الكبار.

7.المكتب الإقليمي لشرق أفريقيا: أنشئ هذا المكتب في عام 1978 بهدف تعزيز التعاون العربي الإفريقي في الميدان الثقافي وهو يهدف إلى الإشراف والمباشرة بالمشروعات والبرامج الثقافية المشتركة للمنظمة مع دول شرق أفريقيا.

8. صندوق تنمية الثقافة العربية في الخارج: أنشئ هذا الصندوق في عام 1977 بوصفه جهازا ملحقا بالإدارة العامة للمنظمة تشرف عليها هيأة أمناء ومجلس إدارة، ويهدف الصندوق إلى تمويل مشروعات نشر اللغة العربية والثقافة العربية الإسلامية في الخارج.

9.المركز العربي لبحوث التعليم العالي: أنشئ المركز في عام 1981 في دمشق، وهو يعنى بدراسة قضية التعليم الجامعي والدراسات العليا والتنسيق بشأن السياسات التعليمية والبحثية في هذا المجال.

المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم

ضمن المساعي لتعزيز الثقافة العربية انبثقت المعاهدة الثقافية وهي الأولى في نطاق العمل العربي المشترك بعد وثيقة إنشاء الجامعة العربية نفسها في عام 1945[56]، وتبع ذلك إنشاء الإدارة الثقافية في العام نفسه إلحاقا بالأمانة العامة للجامعة العربية، وفي أيار 1964 اقر مجلس الجامعة مشروع ميثاق الوحدة الثقافية العربية أثناء انعقاد الدورة الحادية والأربعين[57].

وقامت المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم على أساس المعاهدة الثقافية بوصفها وكالة متخصصة في نطاق الجامعة العربية بانعقاد مؤتمرها

العام في دورته العادية الأولى في القاهرة عام 1970، وألحقت بها الأجهزة الثقافية التي كانـت قائمة في إطار الإدارة الثقافية[58].

وأعلنت المنظمـة التـي بـاشرت إعمالهـا 1970/7/25 في المـادة الأولى مـن ميثاقهـا "إن هدف المنظمة هو التمكين للوحدة الفكريـة بـين أجـزاء الـوطن العـربي عـن طريـق التنميـة والثقافة والعلوم ورفع المستوى الثقافي في هذا الوطن حتى يقوم بواجباته في متابعة الحضارة العالمية والمشاركة الايجابية فيها"[59].

كـما وضـعت المنظمـة خططـا عديـدة لدراسـة واقـع ومشـكلات الثقافـة العربيـة والتحديات التي تواجهها وأشرفت على خطط لدراسة الجدوى لبعض الصناعات الثقافية وهو مشروع تأسس في إطار السعي إلى تكريس الأمن الثقافي العربي من خلال الوصـول إلى قوميـة المعرفة التي أصبحت شعارا ترفعه المنظمة انطلاقا مـن مبـادئ الوحـدة الثقافيـة العربيـة[60] وكانت المنظمة ترى انه يمكن من خلال توحيد مصادر الدعم لتلك الصناعات تنمـيط الإنتـاج الثقافي وتوحيده على المستوى العربي[61].

وعدت مؤتمرات الوزراء العرب المسؤولين عن الثقافة وبمشاركة المنظمـة العربيـة للتربيـة والثقافة والعلوم من ابرز مصادر التوجيه للعمل الثقافي العـربي، وكانـت بمثابـة مؤسسـة ثقافيـة قومية تخطيطية تنعقد كل سنتين[62] وكان الموضوع الرئيس للدورة الأولى – عام 1976 هو "نحـو

سياسة ثقافية عربية موحدة" بينما تضمن موضوع الدورة الثانية التي عقدت في طـرابلس في شباط 1979 الإشارة إلى "نحو استراتيجية للثقافة العربية" ورفعت الدورة الثالثة التي عقـدت في بغداد في تشرين الأول 1981 شعار " نحو ثقافة عربية واحدة وموحدة" في الجزائـر تنـاول الموضوع الرئيس للدورة الرابعـة في أيـار 1983 عنـوان "نحـو امـن ثقـافي عـربي" بيـنما كانـت الدورة الخامسة التي انعقدت في الكويت في عام 1985 تحت شعار "الخطة الشاملة للثقافـة العربية"[63] والدورة الأخيرة عقدت في السـعودية في كـانون الأول 2000 تحـت شـعار "إنشـاء سوق عربية للصناعات الثقافية".

وقد أشارت جميع المؤتمرات العربية إلى إن عملية بناء سياسة امن ثقافي عربي تتطلـب قدرا مهما من التخطيط والتنسيق المشترك لبلورة سياسـة عربيـة موحـدة في المجـال الثقـافي، وتقع مهمة إنجازها على عاتق الحكومات والمؤسسات والأفراد[64] وقبل كل ذلك اقتضى الأمن الثقافي العربي " خلق المناخ الفكري والاجتماعي السـليم تشريعـا وتنظـيما وممارسـة"[65] مـن اجل إتاحة الفرصة لتعزيز مكانة الثقافة العربية ودورها أخذا وعطاء لكـن أنجـاز ذلـك كـان يتطلب خطوات عربية مشتركة لاسيما في مجـال الـتحكم القـومي في البنـى الأساسـية لإنتـاج الأدوات الثقافية ماديا ومعنويا وإتاحتها بالوفرة العادلة والانتفاع منهـا بالشـكل الامثـل عـلى المستوى العربي[66].

وإزاء ما تقدم تجدر الإشارة إلى إن الجهود العربية التي بذلت بشأن الأمن الثقافي العربي لم تخرج عن نطاق التوصيات والخطط النظرية العامة، وعلى الرغم من تقديم تصورات تفصيلية عن سبل تحقيق تلك الأهداف من خلال المؤتمرات والاجتماعات العربية ونشاطات المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ظل العمل العربي المشترك في المجال الثقافي بعيدا عن مستوى وحجم التحديات الثقافية الراهنة، كما إن الحديث عن الأمن الثقافي العربي على المستويين الرسمي وغير الرسمي لم يعد حاضرا وملحا بشكل فاعل في مؤسسات العمل الثقافي العربي المشترك ولاسيما بعد منتصف عقد الثمانينات إذ بات تناول هذه القضية لا يتجاوز – في اغلب الأحيان – دراسة ما يسمى ب"الاختراق الثقافي والفكري" وسبل مواجهته على صعيد آليات الحجب أو المنع المشدد أو تبني نظم رقابية مشددة لمواجهة الأعلام الأجنبي الوافد.

مصادر وهوامش الفصل الثالث

(1) علي حمادة: الفن المرئي في وسائل الاتصال، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 1984، ص24

(2) محمد عبد الحليم: فن الصور المتحركة، القاهرة، 1987، ص65

(3) أنيس جرار: جماليات العرض السينمائي، بيروت، 1969، ص85

(4) محمد عبد الحليم: المصدر السابق، ص85

(5) أنيس جرار: مصدر سابق، ص198

(6) المصدر نفسه: ص95

(7) محمد عبد الصبور: الأدب والسينما، طرابلس، 1982، ص27

(8) المصدر نفسه: ص29

(9) المصدر نفسه: ص32

(10) علي حمادة: مصدر سابق، ص47

(11) محمد عبد الحليم: مصدر سابق، ص83

(12) إحسان عبد الغني: الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام، عمان،1994، ص11

(13) المصدر نفسه: ص115

(14) عبد اللـه المحيسن: مصدر سابق، ص3

(15) احمد محمد زيادي وآخرون: الإعـلام والطفـل، عـمان، الأهليـة للتوزيـع، 1989، ص102

(16) المصدر نفسه: ص102

(17) عبد اللـه المحيسن: مصدر سابق، ص3

(18) المصدر نفسه: ص6

(19) الأعلام والأمن الثقافي: مصدر سابق.، ص90

(20) سميح فرسون: الثقافة والتبعية، الخطة الشاملة للثقافة العربية، القسم الثالـث، الجزء الثالث، مصدر سابق، 1988، ص1189.

(21) حمدي قنديل: مصدر سابق، ص485.

(22) تحقيق الأمن الثقافي: (الخطـة الشـاملة الثقافـة العربيـة)، الجـزء الأول، المصـدر السابق، ص142.

(23) جابر إبراهيم الراوي: اثر الثقافة في الأمن القومي العربي، مجلـة الأمـن القـومي، العدد(4)، بغداد، كلية الأمن القومي، 1985، ص29.

(24) محي الـدين صـابر: قضـايا الثقافـة العربيـة المعـاصرة، القـاهرة، الـدار العربيـة للكتاب، 1983، ص41.

(25) محمد محفوظ: مصدر سابق، ص117.

(26) مصطفى الكيلاني: في الأمن الثقافي العربي والدمقرطة،المؤتمر الثـامن عشر لاتحـاد الأدباء والكتاب العرب، عمان،1992، ص304,305.

(27) محي الدين صابر: الأمن الثقافي وقومية المعركة، مجلة المستقبل العربي، العدد2، بيروت، 1978،ص8.

(28) خالـد حبيـب الـراوي: سياسـة الأمـن الإعلامـي في العـراق، مجلـة الأمـن القـوم، العدد3، السنة 7، بغداد، كلية الأمن القومي،185، ص49.

(29) عدنان السيد حسين: متطلبـات الأمـن الثقـافي العـربي، مجلـة المسـتقبل العـربي، العدد 276، السنة22، بيروت، 1999، ص24

(30) الأعلام والأمن الثقافي: مصدر سابق، ص83.

(31) صالح أبو إصبع: تحديات العالم العربي، عمان، دار الشروق، 1999، ص43

(32) المصدر نفسه: ص43.

(33) محمود عصفور: تحديات الثقافة، مجلة شؤون عربية، العـدد(4)، تـونس 1984، ص54.

(34) الأعلام العربي في عصر المعلومات (تقرير): أبو ظبي، مركز زايد لتنسيق والمتابعة 2000، ص42,41

(35) نبيل عـلي: الثقافـة العربيـة وعصر المعلومـات، الكويـت، سلسـلة عـالم المعرفـة (265) شباط 2001، ص127,126.

(36) علي الحوت: تكامل الثقافة العربيـة، الخطـة الشـاملة للثقافـة العربيـة، القسـم الثالث، الجزء الثالث: مصدر سابق، ص1038

(37) هادي نعمان إلهيتي: الاتصال والتغير الثقافي، بغداد، سلسلة الموسوعة الصـغيرة، 1978، ص81,80.

(38) فـؤاد زكريـا: المبـاديء الأساسـية للتخطـيط الثقـافي مـن وزارة عربيـة، (الخطـة الشاملة للثقافة العربية، القسم الأول، الجزء الثالث)، مصدر سابق، ص107,106.

(39) برهان غليون: سمير أمـين، ثقافـة العولمـة وعولمـة الثقافـة، دمشـق، دار الفكـر، 1999، ص20.

(40) محمد محفوظ: مصدر سابق، ص118,117.

(41) محي الدين صابر: قضايا الثقافة العربية المعاصرة، مصدر سابق، ص42.

(42) محي الدين صابر: الأمن الثقافي ومفهومه، متطلباته، مقوماته ووسائله، المجلة العربية للثقافة، العدد الخامس، السنة الثالثة، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم،1983، ص17.

(43) جاسم محمد شحيط: وحدة الثقافة العربية / العدد الثاني، السنة الثالثة، تونس، 1983، ص35

(44) محمد عصفور: مصدر سابق، ص47

(45) محمود حسين: محاور الأمن الثقافي العربي، الكويت، 1983، ص8.

(46) عبد اللـه الدايم: الثقافة العربية والتراث، مجلة شؤون عربية، العدد(3)، تونس، جامعة الدول العربية،1984، ص231.

(47) محمود حسين: مصدر سابق، ص11.

(48) جابر إبراهيم: مصدر سابق، ص47.

(49) نشر الإنتاج الثقافي (تقرير): المجلة العربية للثقافة، العدد الثاني، السنة الثالثة مصدر سابق، ص189,188.

(50) عبد الوهاب أبو حديبة: الإنتاج الثقافي العربي المعاصر وعلاقته بالمجتمع المجلة العربية للثقافة العدد2، السنة 3، مصدر سابق، ص54.

(51) محمد عصفور: مصدر سابق، ص43.

(52) جاسم شحيط: مصدر سابق، ص31.

(53) إبراهيم العلجوني: ثقافتنا القومية والنموذج الأمريكي، مجلة الآداب، العدد(103)، بيروت، 1984، ص57.

(54) محي الدين صابر: الأمن الثقافي وقومية المعركة، مصدر سابق، ص8.

(55) إبراهيم العلوجي: مصدرسابق، ص59.

(56) محي الدين صابر: الأمن الثقافي: مفهومه متطلباته، مقوماتـه، ووسـائله، مصـدر سابق، ص27-30

(57) محمود حسين: مصدر سابق، ص28.

(58) محمد عصفور: مصدر سابق، ص47.

(59) عماد الدين زهراء، مستقبل الثقافة العربيـة، شـؤون عربيـة، العـدد(3)، مصـدر سابق، ص27.

(60) عدنان السيد: مصدر سابق، ص31.

(61) محمد حمدان مصالحة: الاتصال السياسي، عمان، دار وائل للنشر، 1996، ص28.

(62) بهاء الدين الزهوري: التنمية الثقافيـة في الـوطن العـربي، مجلـة شـؤون عربيـة، العدد(41)، تونس، جامعة الدول العربية، 1985، ص140.

(63) محي الدين صابر: الدور الثقافي لجامعة الـدول العربيـة، مجلـة شـؤون عربيـة، العدد(41)، مصدر سابق، ص18.

(64) عماد الدين زاهر: مصدر سابق، ص29.

(65) إسماعيل الملحم: مصدر سابق، ص104.

(66) عماد الدين زاهر، مصدر سابق، ص32.

الفصل الرابع

نظم رقابة الأفلام في مواجهة الأفكار الثقافية والاجتماعية الدخيلة

- نظم رقابة الأفلام في العالم
- البواعث الاجتماعية لفرض الرقابة
- البواعث الثقافية لفرض الرقابة
- أنواع الرقابة
- الرقابة الادارية
- الرقابة القضائية
- الرقابة الضريبية
- نظم رقابية عربية نظم تصنيف الأفلام العالمية
- مصادر وهوامش الفصل الرابع

نظم رقابة الأفلام في العالم

يثير التركيز على المضامين الترفيهية والأهداف التجارية في مجال صناعة البرامج التلفزيونية العالمية مشاعر القلق لدى دول عديدة، ومبعث ذلك القلق يرتبط بطغيان المضامين الترفيهية ذات الأبعاد التجارية على ساعات البث والعروض التي تقدمها المحطات التلفزيونية ودور العرض السينمائي، وبموجب ذلك تعمل ألوان الترفيه والتسلية التي تحملها تلك البرامج بوصفها حزام ناقل للقيم الرأسمالية على تشجيع الناس على تبني قيم الاستهلاك في الحياة الاجتماعية، وهي لا تنشد في استراتيجيتها العامة الوصول الفوري لأهدافها بل تنظر إلى الآثار الثقافية والاجتماعية المترتبة على المدى البعيد[1].

ومن خلال تلك البرامج قد يتسرب بعض الأنماط الثقافية كعناصر دخيلة على ثقافة ما لاسيما مع الانفتاح على ثقافات أجنبية لفترة غير قصيرة، وقد تنصهر تلك العناصر ضمن الثقافات الوطنية في إطار عمليات تصدير الإشكال الثقافية التي تتضمن اتجاهات محددة وتنقلها البرامج والأفلام ويتقبلها مجتمع معين ويتأثر بها[2] وفي مواجهة ذلك تبنت دول عديدة منها متقدمة وأخرى نامية سياسات ثقافية في محاولة لتقليص الآثار السلبية التي قد تنجم عن التدفق العالمي للبرامج التجارية الأهداف - سيما الأمريكية - وما تنطوي عليه من أفكار تهدد الهوية والأمن الثقافي، وحرص بعض تلك السياسات على عدم تجاوز نسبة البرامج الأجنبية المعروضة في قنواتها الوطنية 49% من إجمالي البث العام، ولجأت دول أخرى إلى دبلجة الحوار في الأفلام والبرامج

الأجنبية المعروضة في قنواتها التلفزيونية إلى لغاتها الوطنية فضلا عن إرساء نظم رقابية بشأن الأعلام الأجنبي الوافد وتحديد معايير لانتقاء وعرض تلك البرامج في قنواتها التلفزيونية[3] وهو أجراء يهدف إلى حماية الثقافة الوطنية – من وجهة نظر تلك الدول – وتعد الرقابة واحدة من الآليات المهمة التي تسعى الدول من وراء تبنيها وتطبيقها إلى تحقيق متطلبات الأمن الثقافي وحماية هويتها الثقافية والحضارية.

البواعث الاجتماعية لفرض الرقابة

تترك الأفلام وبرامج التلفزيون المتنوعة وخاصة الدرامية منها (أفلام، مسلسلات) أثارا اجتماعية بسبب ما تطرحه من قيم وأفكار وأنماط سلوكية من شأنها إن تثير في النفوس مشاعر متناقضة وهي تخاطب اللاشعور في النفس البشرية وهذا قد يقود إلى الاسترخاء والتقبل والتأثر والمحاكاة والتقليد إضافة إلى التكاسل عن تنفيذ الواجبات الروتينية من اجل متابعة التلفزيون وفقراته المتنوعة.

ويمثل التقليد والمحاكاة احد الأخطار التي تنجم عن مشاهدة الأفلام حيث إن الإنسان مولع بالتقليد وهو يشاهد الممثلين والنجوم بأزيائهم الملونة ووسامتهم وجاذبيتهم الساحرة وكيف يتصرفون وكيف يعيشون ويتمتعون وهذا الأمر من شأنه إحداث تغييرات اجتماعية حيث ينقل التلفزيون والسينما بيئات هؤلاء النجوم من النساء والرجال إلى داخل البيت ويشاهد الأطفال

والمراهقون آخر مبتكرات السرقة والحب والقتل وفنونه والأزياء وتسريحات الشعر والنصب والغش والاحتيال والغدر التي تمر دون عقاب[4].

ويرافق عمل التلفزيون "ثلاث" عمليات سيكولوجية تؤثر في استجابات المشاهدين من خلال التصور الفوري لما يشاهدوه وتفسيرهم الآني لمضمون الرسالة أولا وعمليات ذاتية تتم داخل الفرد ثانيا وأخيرا الظروف المحيطة التي تسيطر وتتحكم في الفرد من حيث ماذا أو كيف يتعلم وعلاقته بالواقع الذي يعيشه[5] وان الإفراط في الترفيه وأساليب الإثارة والتشويق في مخاطبة المتلقين غالبا ما يثير ضعاف الإرادة وغير الناضجين والناضجين أحيانا ولكن بشكل اخف وهو لهم بمثابة متنفس للهروب من مشاكل الحياة وهمومها خاصة في الدول النامية وهو يخاطب مشاعر الإحباط والحرمان التي يعيشها الفرد والجماعات حيث تكون هذه البرامج بالنسبة لهم متنفسا يخفف من التوتر الذي يعيشونه ومهربا من الضغوط النفسية والاقتصادية وضغوط السلطة والرقابة خاصة بالنسبة للأطفال والمراهقين ويشير الواقع إلى هزيمة أصحاب نظرية التنفيس الذين يدعون أن مشاهدة العنف والجنس في السينما وعلى شاشة التلفزيون قد تخفف مشاعر الكبت داخل الإنسان حيث تقول إحدى الجماعات التي أطلقت على نفسها " جماعة التحليل النفسي التي درست العنف وأثره على الأطفال "أن الثقافة البشرية هي عبارة عن ستار يتمحور حول بؤرة العنف ومن الأفضل أن يتم شرح هذا الستار باستخدام الخيال بدلا من أن نراه يتفجر في الشوارع فالتعرض إلى برامج تحتوي على العنف وهو بمثابة علاج نفسي يزيل الغضب والكراهية التي تكمن في داخلنا"[6] وتستمد هذه الجماعة طروحاتها من نظرية فرويد في التنفيس عن الانفعالات ولكن الدراسات

والإحصاءات لا تقر بهذا الطـرح الـذي يخـالف الواقـع وتشـير الدراسـات والأبحـاث العلميـة الحديثة إلى عكس ذلك وهي تثبت أن المضـامين العنفيـة قـادت إلى زيـادة العنـف والاتجـاه للقتل والانتحار والسرقة والاغتصاب حيث أشارت أحدى الدراسـات الأمريكيـة حـول العنـف على شاشـة التلفزيـون والمعتمـدة عـلى نتـائج 75 بحثـا أجريـت في (15) بلـدا 25-50% مـن عمليات العنف التي تحدث في الشوارع وغيرها من ألاماكن تأتي محاكاة لمشاهد العنف التـي تضمنتها الأفلام والبرامج المعروضة(7).

ويقود التلفزيون إلى العنف أو قد يخلق الإحساس بالحاجة إلى تعلـم عـادات العنـف والعدوان اللفظي لاستخدامه في الحياة اليومية والحالات المشابهة للظروف التي مر بها أبطال المسلسل أو الفلم المعروض(8) وهذه المهـارات وأنمـاط السـلوك هـي إشـكال جديـدة قـدمتها الدراما الأجنبية وإضافتها كجزء من السلوك الفردي والاجتماعـي داخـل المجتمـع مـن خـلال اختيار القيم الجديدة والتركيز عليها وإلغاء القديم منهـا(9) وهـو أمـر قـد يـؤدي إلى إضـعاف القيم الأخلاقية والتقاليد الدينية في المجتمعات حيث يشير على سبيل المثال بحث صادر عـن اليونسكو إلى إن إحدى محطات التلفزيـون في لبنـان عرضـت فـيلما أمريكيـا يـروج لتعـاطي الفتيات المراهقات لحبوب منع الحمـل وهـي بـذلك تقـدم نموذجـا عصريـا للسـلوك يشـجع الفتيات على تبنيه وفي الوطن العربي على سبيل المثال يتجسد الخطر من خـلال مـا تخصصـه قنوات التلفزيون من فترات كبيرة للأفلام الأجنبية مثل الكويت والأردن وتـونس ومصر وليبيـا ودول المغرب العربي واغلب المولعين بهذه البرامج هم من الأطفـال واليـافعين الـذين هـم في طور التكوين الفكري(10).

وقد أثارت قضية الأضرار الاجتماعية الناجمة عن مشاهد الأفلام وبرامج التلفزيون بكثرة جدلا كبيرا واجتذبت اهتمام جميع الدول التي تبنت مواقف جدية إزاء هذه القضية للحد من طغيان العنف والرعب والجريمة التي اجتاحت التلفزيون، ففي اليابان أنشأت جماعة من المدرسين لجنة أطلقت على نفسها (لجنة مقاومة التلفزيون) وفي روسيا هاجم المثقفون والإباء إطلاق الحرية لأبنائهم في مشاهدة الأفلام والبرامج التلفزيونية الضارة بأخلاقهم وبنائهم (الاشتراكي).

وفي إنكلترا تم فرض الرقابة الصارمة على أفلام الرعب الأمريكية، وفي إحدى المؤتمرات الدولية قال رئيس الوفد (السوفيتي) السابق للمؤتمرين بأن معدلات انحراف الأحداث في بلده لم تكن خطيرة قبل دخول أفلام طرزان وما شاكلها من الأفلام إذ بدأ الأطفال يتعلمون كيف يتأرجحون وبعضهم بدأ يقفز من شبابيك البنايات العالية وهذا ما دعا إلى اتخاذ تدابير صارمة للحد من تدفق هذه السموم الثقافية حسب تعبيره[11].

وفي ألمانيا تم تشكيل لجنة وطنية بمناسبة اليوم الدولي للطفل وقد نبهت إلى ضرورة فرض حظر على إعلانات التلفزيون قبل الساعة الثامنة مساء لحماية الأطفال من أن يصبحوا ضحايا للمجتمع الاستهلاكي، ووصل الأمر كما قال احد علماء الطب النفسي إلى تشكيك الأطفال بوالديهم ومدرسيهم لانتقاصهم من أهمية منتجات غذائية محلاة ولعب أطفال سيئة الصنع يقدمها الإعلان للأطفال[12].

وفي أمريكا الشمالية والولايات المتحدة بالتحديد تظهر الأرقام حجم معاناة المجتمع هناك من جراء تفشي مظاهر العنف والانحلال الخلقي والسرقة وما إلى ذلك من قيم سلبية نقلها التلفزيون إلى المتلقين، وان المجتمع الأمريكي الذي عارض غالبيته فلم (الأرملة جونز) لاحتوائه على مشهد فيه قبلة واحدة فحسب في القرن الماضي مثيرا موجة من الرفض الشعبي لهذا الاتجاه الخطير الذي دفع رجال الدين في أمريكا إلى إقامة الرقابة على أساس ميثاق (الصحيفة الخضراء)[13] نجده اليوم يلبس ويأكل ويلهو بوحي من التلفزيون وما يعرضه من برامج - على حد قول علماء الاجتماع الأمريكان - حيث يشاهد الفرد الأمريكي معدل (6 ساعات) يوميا من برامج التلفزيون أي ما يعادل (2200) ساعة في السنة[14].

وفيما يخص العنف فقد نبه الكونغرس الأمريكي في أكثر من مناسبة أرباب صناعة البرامج والأفلام من تصاعد موجة القسوة والعنف والتعذيب الجسدي التي تتضمنها هذه البرامج وطلب تخفيفها، وقد حذر عضو مجلس الشيوخ الأمريكي (دول) رئيس اللجنة الخاصة بمتابعة التلفزيون الأمريكي في عام 1964 من ورود مشاهد إجرامية سافرة في برامج التلفزيون المعروضة وتوعد بمعاقبة المخالفين وملاحقتهم قضائيا وقد زادت نسبة مشاهد العنف والأجرام 200% خلال العقود الأخيرة.

ويشاهد الطفل الأمريكي حتى سن 14 سنة أكثر من 13 ألف جريمة قتل على شاشة التلفزيون لاسيما عبر الأفلام وهذه الجرعات الكبيرة من العنف في التلفزيون جعلت تصرفات الأطفال عدوانية، ويشاهد على سبيل المثال حوالي 6 ملايين طفل في أمريكا من شاشة محطة (ABC) مسلسل

كارتوني فكاهي خالي من العنف لكن الخطر يكمن في فترة الإعلانـات التـي تتخلـل المسلسـل وهي تستعرض أفلام العنف والرعب والإثارة الإباحية والألفاظ البذيئة[15].

وفي الوطن العربي وكنموذج عـن الـدول الناميـة فـأن الأطفـال يتعرضـون ومـن خـلال برامج التلفزيون والأفلام هذه إلى أسلوب في التنشئة الاجتماعية يتناقض مع ما تحـاول الأسرة والمدرسة والمجتمع غرسه فيهم وهو يشكل لهم مصدر جـذب ويشـدهم بمختلـف شرائحهـم العمرية ليقضوا (5 -21) ساعة أسبوعيا أمام شاشات التلفزيـون[16] ويشـاهد هـؤلاء الأطفـال الأفلام العربية والأجنبية وأفلام الفيديو كوسيلة للترفيه وسد أوقات الفراغ الكبـيرة لـديهم[17]، وفي دراسة[18] حول البرامج والأفلام المعروضة في البلاد العربية هناك ظهـر أن نسـبة المسـتورد منها يشكل70% في كل مـن (سـوريا والجزائـر والـيمن وتـونس) وحتـى في مصر التـي تمتلـك صناعة تلفزيونية وسينمائية فهي تلجأ إلى استيراد نصف احتياجاتها وهذا الاسـتيراد لا يخضـع إلى ضوابط دقيقة[19].

وفي مصر أيضا فأن الاتجاه يذهب إلى فتح الأبواب نحو البرامج المستوردة مـن أمريكـا وفرنسا وبريطانيا والتوسع في استيرادها خاصة من أمريكا بحجة متابعة الجديـد والمواكبـة في تقديم الأحدث من هذه الأفلام والمسلسلات متجاهلين ما تحملـه مـن قـيم ضـارة ومشـوهة وتقاليد وسلوكيات تمجد العنف والجريمة.

ويجلس الطفل الليبي حوالي 31 سـاعة أسـبوعيا أمـام شاشـة التلفزيـون لمشاهدة الأفلام والبرامج المخصصة للكبار وهـو وقـت يفـوق مـا يقضـيه هـذا

الطفل في الدراسة[20]، والتلفزيون بالنسبة للطفل هـو عـالم سـاحر وخـلاب ينقلـه إلى الخيـال وعوالم الأحلام بعيدا عن رقابـة العائلـة والمحـددات الأخـرى التـي يعيشـها في حياتـه، وتشـير أحدى الدراسات العلمية إلى ابرز الأسباب التي تدفع الطفل للإقبال على مشاهدة التلفزيـون وتلخصها في[21]:

1. أن الطفل يرى في السينما والتلفزيون وبرامجه وأفلامه هروبا من عالمـه المـزعج إلى عوالم جديدة بعيدة عن تسلط العائلة والمدرسة.

2. أن قدرات الطفل المحددة تجـد لهـا فرصـة الانطـلاق خـلال مـا يقدمـه التلفزيـون والسينما من خيال وصور ذهنية بعيدة عن الواقع.

3. أن الطفل بعد أن أصبح حريصا على متابعة بـرامج التلفزيـون والأفـلام السـينمائية بدأ يعاني من الإدمان عليها وهو يهمل النشاطات الأخرى التي تليـق بمرحلتـه العمريـة مثـل اللعب والقراءة والنزهة وما إلى ذلك.

4. أن الأطفـال الـذين ينتمـون إلى الطبقـة المتوسـطة يلجـأون إلى التلفزيـون والأفـلام كتعويض عن الإحباط والحرمان النفسي الذي يعيشـونه وللتخفيـف عـن مـا في داخلهـم مـن ضغوط[22].

وقد نبهت منظمة اليونسـكو إلى أثـار مثـل هـذه الـبرامج والمسلسـلات والأفلام ذات المضامين السلبية على المجتمع حيث شبهتها ب-" سلسلة طويلـة من الفخاخ المؤذيـة للأطفـال". وأشـار بـاحثون في مـؤتمر علمـي عقـد في عـام 1972 حـول بـرامج الأطفـال إلى أن سلسـلة البرنـامج (تـوم وجـيري) للأطفـال

على سبيل المثال والتي تعرض على نطاق واسع في العالم وفي الوطن العربي تتضمن العديد من المقالب والحيل المؤذية التي يتعلمها الأطفال لتحقيق التفوق وخوض المنافسة[23].

وقد لا تـنجح التـدابير التـي قـد تتخـذها الأسرة للحيلولـة دون مشـاهدة أبنائهـا مـن الأطفال والمراهقين للبرامج التي تتضمن العنف والإثارة لا تنجح دائما وهـي قـد تقـود أحيانـا إلى نتائج عكسية وتشير دراسة للباحث(سعد عبد الرحمن)عن أراء المراهقين في أسباب رفـض ذويهم لمتابعتهم تلك الأفلام والبرامج التي غالبا مـا تتعـارض مـع القـيم والتقاليـد والعـادات السـائدة في المجتمـع إلى إصرار الأطفـال والمـراهقين عـلى متابعـة بـرامج الكبـار لان اغلـب المحطات التلفزيونية الوطنية لا تعطيهم خلال فـتراتهم مـا يكفـيهم مـن الـبرامج التـي تلبـي حاجاتهم[24].

وهناك العديد من الآثار الاجتماعية الأخـرى التـي تتركهـا الأفـلام بـين فئـات المجتمـع والتي قد تكون غير مباشرة ويمكن ملاحظة بصماتها على سلوك الجماهـير وعاداتهـا وأنماطهـا الحياتية التي سنحاول الوقوف عند بعضها:

1- انتشار عادات التدخين وشرب الخمر والمغازلة وبعض الممارسـات مثـل فنـون التقبيـل والرقص وعادات الزواج والحفلات والعديد من المظاهر، المماثلة الأخرى، وتعدى الأمر ذلك حيث مست هذه الآثار بعض الجوانـب الاجتماعيـة التـي كانـت تتسـم بالمحافظـة في ارتـداء الملابـس النسائية حيث نجدها اليوم مكشوفة الصـدور والظهـور وتحـرص في هـذا الجانـب العديـد مـن الفتيات على الظهور في ميزات الفتاة العصرية التي تظهر عـلى سـبيل المثـال بـاللعوب المتعـددة

العلاقات ذات الماضي غير المشرف وتكون ناجحة في حياتها ومحط إعجاب الجميع على عكس المرأة الملتزمة التي تظهر مثيرة للملل ويضيق بها البطل[25].

2- أثر ارتفاع ساعات المشاهدة بالنسبة للمتعرضين للأفلام في التلفزيون وكذلك ارتفاع ساعات الإرسال اليومي للمحطات التلفزيونية في اغلب دول العالم والتي قد تمتد إلى 24 ساعة يوميا في بعض الدول وبعض المحطات أو إلى 15-18 ساعة يوميا كما في العراق ودول أخرى قد اثر على مواعيد النوم وممارسة العادات الأخرى مثل القراءة وأوقات تناول الطعام والنهوض المبكر وهذا بدوره انعكس سلبيا على المستوى الدراسي للأطفال والمراهقين[26].

وقد امتد الأمر إلى ما هو ابعد من ذلك فيما يخص الأطفال حيث اثر ذلك الولع بمشاهدة الأفلام على بناء شخصيتهم وعلاقتهم بوالديهم ومثالهم الأعلى ونموذجهم الذي يقتدون به ويحلمون بتقليده وهو غالبا من خارج محيطهم الاجتماعي والوطني[27].

ويمثل العدوان اللفظي الذي يتكرر بكثرة في الأفلام والبرامج أمرا مثيرا للقلق[28] ولاسيما بالنسبة للأطفال المراهقين الذين يتابعون هذه الأفلام التي يفترض تخصيصها للكبار فقط وهم يشاهدون ويسمعون عندما يشتم الزوج زوجته والابن أباه والزوجة لزوجها، كما يمكن تزييف الوعي من خلال الاهتمام بمظاهر الإسراف والبذخ والاهتمام بالمظاهر والشكليات والراحة المادية واللامبالاة بالنظام الاجتماعي والقانون والولع بالجمال الجسدي

والعلاقات الغرامية السرية وهو ما يتناقض مع البناء الاجتماعي في العديد من الدول التي تدعو إلى الالتزام وترفض السلوك المنحرف[29].

ويتم عبر الإعلانات التجارية والضغوط اللااخلاقية باستخدام النساء الجميلات والصور الخلابة مخاطبة أحلام اليقظة التي يعيشها المتلقون خاصة في الدول النامية وهم يشاهدون الحياة الناعمة خلال هذه الإعلانات والبرامج والأفلام، وانعكاسات ذلك على تمجيد المال والسعي للحصول عليه من اجل تأمين هذه الحاجات المختلفة.

ونخلص من كل ما تقدم إلى أن مثل هذه الأضرار التي تصيب فئات المجتمع وخاصة الفئات القليلة الحظ من الثقافة والتعليم والأطفال تنجم جراء هيمنة إعلامية وثقافية، منها ما يتعلق بالهيمنة على برامج التلفزيون التي تتركز لدى جهات دولية محددة وهي تحتكر إنتاجها وتوزيعها وتكون اغلب الدول مستهلكة لهذه البرامج والمنتجات التلفزيونية والسينمائية التي تحمل قيما بعيدة عن واقعها وطموحها وظروفها وهذه الآثار سوف تتضاعف ما دامت الأخيرة لا تحسن من إنتاجها التلفزيوني والسينمائي الوطني لسد حاجاتها من البرامج والأفلام التي تعبر عن واقعها وثقافتها وطموحها وظروفها الوطنية.

البواعث الثقافية لفرض الرقابة

يعد الاتصال احد المظاهر الإنسانية التي لازمت ظهور الحياة وتطورها على كوكب ارض وهو يمثل وسيلة للتعبير والتفاهم عبر رموز وألفاظ وأصوات ورسوم وحركات وإيماءات استخدمها الإنسان قديما بقدراته الذهنية البدائية، وكانت تلك الرموز تنقل مضامين محددة في إشكال وأساليب محددة تطورت مع تطور الإنسان وتزايد حاجاته وتعقدها، ومن خلال الاتصال الثقافي الذي تقوم به وسائل الاتصال هذه، ومنها التلفزيون تنتقل الأفكار والخبرات والإشكال الثقافية من جهة إلى أخرى ومن مصدر إلى مستقبل، وذلك النقل ليس عملية آلية بل هو تعامل ايجابي يخضع لاعتبارات تتعلق بالظروف النفسية والاجتماعية التي ترافق عملية الانتقال وهو يستفيد من الحاجات والاستعدادات والتقاليد الموجودة لدى الجماهير، ومن هنا نستطيع أن نفهم كيف تقوم وسائل الاتصال الجماهيري بنقل الأفكار الثقافية والخبرات من جيل إلى جيل ومن مجتمع إلى آخر وتكييفها مع البيئة الجديدة وهي بذلك تكون أداة للتغيير[30].

وتعد السينما والتلفزيون من وسائل الاتصال الجماهيري التي تحاول ضمن مجمل أهدافها في بادئ الأمر الوصول إلى الناس والتأثير فيهم وتوجيه سلوكهم بشكل محدد عن طريق الاستهواء والإقناع وباليات محددة ولما كان التلفزيون يزاول نشاطه داخل المجتمع فهو يهدف إلى "المساهمة في التنشئة الاجتماعية والتنمية الثقافية وخلق الجو الحضاري الملائم للتقدم والنهضة وتلقين العلوم والآداب والفنون والتوعية الشاملة بأهداف المجتمع وخططه

والسعي إلى تكامل المجتمع وتنمية الاتفاق بين أفراده وجماعاته والمحافظة على القيم والتقاليد السائدة فيه"[31].

ويفتقر التلفزيون وكذلك السينما في خصوصيته الاتصالية إلى طابع المواجهة فهو يتجه إلى مخاطبة الجماهير من خلال مستوى عام يحاول عن طريقه جذب الجماهير وذلك المستوى الثقافي والاجتماعي العام ينخفض كلما ازداد انتشار الوسيلة وذلك هو السبب في السطحية التي تؤشر على اغلب مضامينها[32].

وتحتاج الاستجابة للرسائل التي تنقلها وتقدمها وسائل الاتصال الجماهيري للمستقبليين تحتاج في البداية الإدراك لمضامين هذه الرسائل من خلال القدرات العقلية الخاصة بالإفراد وخلفيتهم الثقافية ومستواهم التعليمي، وهي قد تصيب اللاشعور في الإنسان وتؤثر عليه ليكون هذا التأثير هو السر الحقيقي الكامن وراء السلوك الإنساني كما أشار مارشال ماكلوهان إلى ذلك عندما أكد على دور المميزات التقنية الجديدة التي وفرها التطور في عمل وسائل الاتصال الجماهيري في هذا التأثير[33].

والتلفزيون كوسيلة اتصالية مؤثرة أصبح مصدرا مهما للمعلومات وبدأ ينافس العائلة في توجيه الأطفال ودفعهم إلى تبني قيم جديدة، برغم أن ذلك لا ينجح دائما - فهو يمارس سحرا خاصا يساعده في التحكم بالعقول قد يصل حد التخدير من خلال صور مبهمة تقدمها لنا الشاشة الصغيرة ويزيد تأثيرها على ألاميين والأطفال الذين لا يملكون الإرادة الواعية في اختيار وتمييز المضمون الجيد من غير الجيد[34].

والثقافة كنتاج إنساني تراكمي مـرت عـبر ألاف السـنين بتطوراتهـا وتجاربهـا وظروفهـا البيئية والاجتماعية بل والعقائدية من الأديان والأساطير التي ساهمت في تكـوين كـل ثقـافي، هي ذا خصوصية حددتها العوامل التي ذكرناها وتحدد العوامل البيئية والاجتماعية والنفسية لمجتمع ما شكل الثقافة التـي تسـود فيـه ومقوماتهـا الماديـة والمعنويـة مـن طريـق العـيش والمهارات لأفراد هذه المجتمعات ولا تعنينا هنا مقومات الثقافة المادية بل مقوماتها المعنوية التـي تتمثـل في مجموعـة العـادات والتقاليـد التـي تسـود المجتمـع والمتوارثـة عـبر الأجيـال، والثقافة هنا تمثل السلوك المكتسب الذي يضم الطرز المألوفـة للحيـاة والأفكـار والقـيم التـي يمارسها الناس ويحرصون على المحافظة عليها من رياح التغيير التي تهـددها في ظـل عمليـات التغيير الثقافي حيث أثرت على العديد من الثقافات وأضفت عليها ملامح جديدة غريبة عنهـا والعديد منها وان كانت محافظة بعض الشيء فهي تظل عرضة للتغيير عـلى مـر الـزمن ومـن مكان لأخر.

والتغيير في السلوك الاجتماعـي هـو جـوهر التغيـير الثقـافي مـن خـلال التعـديلات الجوهرية التي تطرأ على الحياة الاجتماعية وهي تؤدي إلى تطوير استجابات جديـدة مـع المـؤثرات الخارجيـة بشـكل لا يـتلائم مـع الأفعـال التقليديـة وهـذا يقـود إلى تجديـدات ثقافية[35]. وما دمنا بصدد الحديث عن التغيير الثقـافي لابـد مـن الإشـارة إلى تسرب بعـض الأنماط الثقافية كعناصر دخيلة على ثقافة معينة وهي تكون موجهة لكل فئـات المجتمـع وشرائحه دون تمييز ويمكن ملاحظتها في عموم المجتمع وقـد تـتسرب مـن خـلال الانفتـاح على ثقافات أجنبية لفترة غـير قصـيرة، وتلـك العنـاصر الثقافيـة إمـا تنصـهر ضـمن ثقافـة

المجتمع أو يرفضها ومن هنا جاءت قدرة الثقافة على الانتقال في عمليات الغزو الثقافي وتصدير الإشكال الثقافية التي تتضمن اتجاهات محددة تنقلها وسائل الاتصال ليستقبلها مجتمع معين ويتأثر بها[36].

وتيسر قدرة التلفزيون في الوصول إلى قطاعات واسعة من الجماهير والامكانات التي يتيحها في التعرض والتي لا توفرها أي وسيلة اتصال أخرى تيسر دوره في نقل المضامين الثقافية وغير الثقافية، ويمكن تشخيص الآثار الثقافية لبرامج التلفزيون وتحديد مواقع القوة التي تسهل مهمة التلفزيون في نقل الأشكال الثقافية[37]:

1. أن التلفزيون من الوسائل الثقافية الأساسية للمشاهد في تلقي الثقافة من خلال ما يوفره للمشاهد من مزايا "اللون" و"الصورة" و"الحركة" و"التقريب والتحريك" للأشياء الثابتة والدراما الحبكة.

2. يمتلك التلفزيون القدرة على تحقيق السبق الصحفي ونقل الإحداث لحظة وقوعها وفيما يخص الثقافة فهو ينقل بشكل أسرع من وسائل الاتصال الأخرى إخبار ونتاجات الثقافة وتستعرض مواد ثقافية متنوعة من الآداب والفنون والعلوم ويغطي الإحداث والأخبار الثقافية ولا يقتصر الأمر على ذلك فقط بل يشتمل أيضا الأفلام والدراما والبرامج التي تحمل مضامين ثقافية بلا شك.

3. يتيح التلفزيون من خلال برامجه الثقافية والبرامج الأخرى للمشاهدين تأمين فرص تعلم مهارات جديدة وتنمية قدرته على التعبير.

وتسود العديد من مجتمعات العالم وخاصة في الدول النامية النظرة إلى التلفزيون على انه وسيلة للترفيه ومن خلاله تنتقل الأفكار والمضامين السطحية للجماهير وتأثر على قناعتهم وطريقة تفكيرهم وسلوكهم وتقتل وقتهم وتلك المضامين الترفيهية غالبا ما تكون بداية الطريق للإفساد والتهريب الفكري والاجتماعي[38].

ويأتي ذلك القلق من التركيز على المضامين الترفيهية التي أخذت تطغي على ساعات البث والعروض التلفزيونية التي تقدمها محطات التلفزيون ودور السينما في مختلف دول العالم نتيجة توحد الأهداف التجارية للسياسات البرامجية التي تتخذها الشركات المنتجة لهذه البرامج والمسيطرة على أسواقها الدولية، وهذا جعل العديد من الدول تشعر بالانزعاج من الأفكار المتدفقة والمضامين الهجينة التي تحملها بعض تلك البرامج وقد بدأت تحاول تطبيق سياسات ثقافية محددة من اجل صيانة هويتها الثقافية من المسخ الذي تحمله بعض المنتجات التلفزيونية والسينمائية التي تنشر التقليعات وأنماط الحياة الغربية وما تتضمنه من صور الجينز والأطباق الغذائية السريعة والموسيقى الصاخبة وغيرها من المظاهر الحياتية التي يحملها التلفزيون إلى البيوت وهي تعمل على إشاعة روح الفردية والمغامرة والنزعة الاستهلاكية والعدوانية[39]. وقد يكمن الخطر في التأثير الكبير الذي تشكله بعض الدول في أسلوبها في الحياة على شعوب أخرى برغم أن بعض الدول المتضررة هي صاحبة ثقافة تمتد عبر الزمن وهي ذات حضارات أقدم عهدا وأكثر ثراء[40].

وتعمل ألوان الترفيه والتسلية التي تحملها البرامج ذات الأهداف التجارية والتي يروج لها بشكل واسع كحزام ناقل للقيم الرأسمالية، وتعمل

الشركات المتعددة الجنسية على نشرها وترسيخها من اجل تشجيع الناس على تبني قيم الاستهلاك في الحياة الاجتماعية، وهي لا تنشد في استراتيجيتها العامة الوصول الفوري لأهدافها بل تنظر إلى الآثار الثقافية والاجتماعية المترتبة على المدى البعيد[41]. ومن هنا نلاحظ أن اغلب المسلسلات والأفلام الدرامية والبرامج الترفيهية العالمية تعمل على خلط الدعاية بالتسلية، وهي تحاول التلاعب بالعواطف والمشاعر الواعية وغير الواعية وتستغل الدور السلبي للمشاهد لممارسة فعلها من خلال استخدام الرموز والخيال ومسرحة الإحداث لتكون هذه البرامج بمثابة القنوات التسويقية للقيم والمعايير الثقافية والاجتماعية الاقتصادية[42].

وفي أوربا وكأحد إشكال التنافس الثقافي تمثل اللغة هناك المفتاح لعالمية البرامج المعروضة في التلفزيون الأوربي حيث أن البرامج الأقل اعتمادا على الكلمات واحتياجا لترجمتها هي التي تبدي قوة على المستوى الدولي والقاري وتناول موضوع اللغة في أوربا الكاتب الفرنسي جان ماري دومناك في كتاب أصدره عام 1990 بعنوان (أوربا والتحدي الثقافي) أشار فيه إلى إن الوحدة الأوربية التي يمكن تحقيقها سياسيا واقتصاديا من الصعب تحقيقها ثقافيا وذلك لتعدد اللغات في القارات الأوربية ومعه يجب ترجمة أو دبلجة جميع الأفلام والبرامج المعروضة على شاشات التلفزيون إلى جميع اللغات الأوربية وهو في الوقت ذاته سهل مهمة البرامج التلفزيونية والسينمائية الأمريكية والبريطانية وهي تتحدث باللغة الإنكليزية التي تمثل اللغة الأولى في العالم من حيث الحجم التداول والتحدث بها بالرغم من محاولات فرنسا في الوقوف

بوجه أي مشروع يحاول تسمية اللغة الإنكليزية كلغة مشتركة لأوربا (الموحدة) حفاظا على هيبة لغتها العالمية[43].

وتخشى أوربا أيضا من وقوعها ضحية لعملية (أمركة) من خلال ما يتسلل إليها من أنماط ومظاهر اجتماعية وثقافية ضارة تنقلها برامج التلفزيون وهي تتحدث اللغة الإنكليزية التي تمثل لغة (الديسكو والروك والكوكا كولا والهامبورغر والجينز) وغير من الصور الحياتية المتدنية[44].

وقد اتخذت الحكومة الفرنسية ضمن أطار سياسية ثقافية وطنية على لمواجهة هذا التدفق للأفكار والصرعات من الخارج بعض التدابير وفرضتها على القنوات التجارية عام 1987 وطلبت منها تأمين نسب معينة من البرامج المنتجة وطنيا، وصرفت مبالغ مالية ضخمة على أنتاج ساعات محددة من البرامج بالأيدي الوطنية كتابة وتصويرا وإخراجا فضلا عن نسبة البرامج الوطنية الأخرى من الأفلام السينمائية سواها[45].

ويشير احد الكتاب الأوربيين في هذا الصدد مستخدما تعبيره "المطرقة الثقافية الأمريكية" وهو يركز على ما يسميه (استسلاما) أوربيا ثقافيا ناجما عن الاستيراد الذي يجري تحت شعار "الجديد.. دائما" لأحدث التقليعات الثقافية الأمريكية من الموسيقى الصاخبة والبرامج التلفزيونية المشوقة وهي تدفع المحطات للاستغناء عن البرامج القديمة والمحلية منها المتواضعة فنيا ليحل محلها "الجديد" التجاري رغم ما يمثله من مفسدة للذوق والشعور[46].

وقـد طلبـت الحكومـة الكنديـة مـن محطـات التلفزيـون المحليـة أن لا تعتمـد عـلى الاستيراد فقط وطلبت أن تكون 55% من البرامج المعروضة من اصـل كنـدي وهـو مـا سـبق تطبيقه في فرنسا، وقد شبه رئيس الوزراء كندا الأسبق جون فولكنر الوضع هنـاك "كمـن ينـام في سرير مع فيل ضخم"[47].

وفي ميدان السينما لا يختلف الوضع كثيرا عنه في التلفزيون حيث تجـري العديـد مـن المحاولات في مختلف الدول لتطوير الصـناعات التلفزيونيـة والسـينمائية الوطنيـة للحـد مـن الآثار الضارة للبرامج العالمية، وفي كوريا الشمالية على سبيل المثال هناك موقـف وطنـي أكـثر تحفظا إزاء الأفلام التي تنتجها هوليود ولا يـتم السـماح بعـرض هـذه الأفـلام إلا ضـمن قيـود وشروط محــددة وهــي تجـد في نفســها القـدرة والكفـاءة عـلى المنافســة وتثـق بصــناعتها السينمائية وتعبر عن هذه الثقة أحدى العبارات العامية المألوفة والتـي كتبـت عـلى جـدران اتحاد مخرجـي الأفـلام في جـانغمورد " أن هـذا البلـد لـيس ارض نفايـات للثقافـة الأمريكيـة الشعبية"[48].

ونخلص من ما تقدم إلى إن الحـد مـن هـذا التـدفق الكبـير للـبرامج والأفـلام العالميـة وبالنسبة للعديد من دول العالم لا يكمن في وضـع القيـود إزاء عـرض هـذه الأفـلام والـبرامج وتحديد نسب محددة لهذه العروض لا يسمح بتخطيها وإنما مـن خـلال فعـل وتبنـي تـدابير محددة تعمل على أقامة الصلة بين السياسة الإعلاميـة والسياسـة الثقافيـة الوطنيـة، وتكـون هذه السياسات متسعة لتشمل جميع القرارات الخاصة بالتلفزيون وإنتاج الـبرامج حتـى وان كانت هـذه القـرارات ذات طـابع تقنـي أو قـانوني أو أداري، فهـي أيضـا لهـا تبعـات ثقافيـة والهدف من هذه السياسة المتناسقة التي تشمل جميع وسائل الأعلام أيضـا هـو "الـدخول في

سوق حرة للأفكار الثقافية والقوى التي تتحكم بها حيث أن مهمة السياسة الثقافية هنا هـي لا تتمثل في ترويج هوية ثقافية للبلد بل تعبئة الموارد لتوفير الفرص للإبداع الثقـافي والإنتـاج والتعبير الوطني"[49].

أنواع الرقابة

تختلف نظم رقابة الأفلام السائدة في العالم من بلد إلى أخر، وهي تكتسب خصوصيتها من طبيعة النظام القائم وتوجهاته السياسية والاجتماعية وعلى الرغم من ذلـك تبقـى بعـض نقـاط الالتقـاء بـين تلـك الـنظم قائمـة لاسـيما بشـأن موضـوعات محـددة تتعلـق بالجوانـب الاجتماعية من حيث العنف والجريمة والجنس والجوانـب الفكريـة المختلفـة وقـد يشـار إلى الرقابة على إنها "سياسة الحد من التعبير العام عـن الأفكـار والآراء والـدوافع التـي يمكـن إن تقود إلى تقـويض السـلطة الحكوميـة أو تقـويض النظـام الاجتماعـي والأخلاقـي التـي تعتـبر السلطة نفسها ملتزمة بحمايته"[50].

كما أنها تتعلق بشكل عريض بميادين عدة منها السياسة والدينية أو تلك التي تتعلق بالآداب العامـة وسـبل حمايتهـا، ويمكـن التمييـز بـين نـوعيين مـن الرقابة الأول رقابة مسبقة والثانية لاحقة تتضمن التدقيق في المضمون الإعلامي بعد نشره أو عرضه أو بثه[51] وفي مجال السينما يمكن تلمس تدخل السـلطة في

صناعة الأفلام إذ تدخل الرقابة بعد الإنتاج وتجيز الأفلام بعينها وتحجب أخرى بدعوى تعارضها مع التوجهات العامة للسلطة وسياستها ومصالحها[52].

كما يمكن للرقابة إن تتدخل حتى قبل البدء بإنتاج الفلم من خلال إشرافها على موضوعه ونصوصه المقدمة للحصول على الإجازة الرقابية، وترتبط تلك الإجازة عادة بمدى انسجام فكرة الفلم ومشاهده مع (أيديولوجيات) السلطة واتجاهاتها العامة على المستوى الثقافي والاجتماعي أو التعارض معها[53].

ويمكن الإشارة في هذا المعرض إلى ثلاثة مستويات متداخلة ومترابطة من الرقابة هي السياسية والاقتصادية والفكرية إذ تترك الرقابة أثارا متباينة على تلك المجلات وفق ما أشار إليه الناقد السينمائي الفرنسي كريستيان ميتز "أن الرقابة السياسية تضعف التوزيع والرقابة الاقتصادية تضعف الإنتاج والرقابة الفكرية تضعف الإبداع"[54].

والرقابة التي يسود استخدامها بشكل متباين في دول عدة ليست وليدة هذا العقد أو هذا القرن إذ شهدت حضارات قديمة تطبيق إجراءات ذات صلة بالمفهوم الحالي للرقابة، وكانت الرقابة قد فرضت في إسبارطة – على سبيل المثال – في القرن الخامس قبل الميلاد عندما أشارت إلى بعض ألوان الشعر والموسيقى والرقص لاعتقاد القائمين عليها إن مثل هذه النشاطات قد تؤدي إلى التخنث والخلاعة لذلك اعتبرت السلطة نفسها في حماية الفضيلة ولنفس الأسباب أغلقت الرقابة المسارح هناك[55].

وظهرت الرقابة المسبقة بوصفها شكلا جيدا من الرقابة وشاع استخدامها في العصور الوسطي في أوربا وبموجبها قدم المؤلفون مخطوطات من كتبهم إلى المسؤولين على سبيل المجاملة من جهة ولاتقاء أي رقابة من جهة أخرى، لكن السلطات الكنسية ظلت مصرة بعد نمو الطباعة على الرقابة الرسمية[(56)].

وفي عام 1586 كان من الضروري إن يقوم رئيس أساقفة (كانتربري) أو مطران لندن بقراءة جميع الكتب التي تطبع في بريطانيا قبل إجازة نشرها، وفي عام 1963 استبدلت إنكلترا الإجراءات الجزائية بالرقابة المسبقة على الطباعة، وهذا الشكل من الجزاء ما يزال موجودا في دول عدة، وهو يفضل عادة على الرقابة اللاحقة ويمثل ولادة حرية الصحافة في إطارها القانوني[(57)].

وخلال القرون الثلاثة الماضية بدأ الاهتمام العالمي يزداد بفرض الرقابة على الأدب المكشوف أو المطبوعات الإباحية، وفرضت الرقابة على المستويين العام والخاص وعمد الجانب الحكومي إلى استصدار القوانين التي تحمي المتلقين من الأدب المكشوف أو المطبوعات الفاضحة[(58)].

و ظهرت جمعيات سعت إلى ما أسمته مكافحة الرذيلة في كل من بريطانيا والولايات المتحدة، وفي النصف الأول من القرن الماضي مؤمنين بأهمية الرقابة وضرورة تشديدها لاسيما في الجانبين السياسي ولأخلاقي، وأشار احد الباحثين الأمريكيين في كتابه (الصور المتحركة والأخلاق) إلى هذه القضية "إن الصور المتحركة يجب إن تكون خالية من كل ما يغري بالفساد ويدفع إلى الغواية ولاسيما وان مثل هذه الصور يشاهدها الناس من

كل طبقة وجنس وعمر، ومن أقبح المناظر أثرا مناظر اقتراف الجرائم، المغازلة الجنسية، عقوق الأبناء والتعذيب"[59].

وكان أول ظهور لجهاز الرقابة قد سجل في روسيا القيصرية عام 1908 ثم السويد عام 1911 وبريطانيا 1912 وفرنسا عام 1916، وكان الواقع يشير إلى إن لكل نظام سياسي مفاهيمه ومحاذيره الرقابية التي تمنح، وتسمح بما يتواءم مع معاييره الدينية والسياسية والأخلاقية والآداب العامة، وفي الولايات المتحدة الأمريكية ظهر أول تشريع للرقابة على الأفلام السينمائية في عام 1915 واعتبرت المحكمة الدستورية العليا إن أفلام تلك الفترة كانت عبارة عن عمل بسيط ونقي، واقتصرت رخصة الأفلام السينمائية على حقوق الإنتاج والعرض والتوزيع مثل الترخيص لمحلات الخمور والمأكولات، وبرغم أهمية الدور الذي تلعبه الرقابة إلا انه مازال لها مؤيدين ومعارضين، فالبعض يرى فيها وظيفة سلبية وانه يفضل تشجيع النتاج الجيد، ويؤكد معارضو الرقابة على إنها تحد من حرية التعبير ويرى آخرون بان منع الطفل الذي يصطحبه والده من دخول السينما يعني تجريد الآباء من مسؤولياتهم الطبيعية واتهامهم بأنهم يهملون في تربية أولادهم بتركهم يشاهدون أي فيلم، بيد إن تلك الحجج واهية ولا يمكن أن تقنع أولئك الذين يسهرون على الأخلاق والآداب العامة دون تشدد أي القول إن أولئك الآباء ليسوا على مستوى المسؤولية ولا يهتمون بتربية أولادهم ويبررون لجوء الدولة إلى تولي مسؤوليتهم[60].

ولا توجد في أوربا رقابة فكرية أو دينية من الناحية الرسمية على الأفلام السينمائية في العصر الراهن ولا يجوز هناك منع عرض احد الأفلام

لأنه يدافع عن أفكار أو اتجاهات لا تروق للسـلطة السياسـية أو لقطـاع مـؤثر مـن الشـعب وذلك لحماية حرية التعبير بصـورها المختلفـة ومنهـا التعبـير السـينمائي. وعمليـا يمكـن منـع تصوير بعض الأفلام في فرنسا مثلا من خلال منع تمويله بوصف ذلك الأسلوب نوع مـن أنـواع الرقابة الاقتصادية التي يمكن أن تفرض على مشروعات الأفلام المزعجـة والحساسـة بأفكارهـا، أما بعد انتهاء تصوير الأفلام وقبل عرضه فانه يمكن أن يتعرض الفلم لثلاثة أنواع من الرقابـة: رقابة إدارية ورقابـة قضـائية ورقابـة ضريبيـة وهـي جميعهـا تهـدف إلى حمايـة الأفـراد مـن التجاوزات التي قد تحدث أثناء ممارسة الحرية السينمائية وليس المساس بحرية التعبير[61].

أولا: الرقابة الادارية

فرضت الرقابة الادارية على الأفلام السينمائية أثناء الحرب العالميـة الثانيـة بغـرض منع الأفلام التي قد تؤثر على الروح المعنويـة في فرنسـا وبعـض الـدول الأوربيـة الكـبرى وبموجـب ذلـك لم يعـد مـن الممكـن عـرض الأفـلام في دور السـينما إلا بعـد الحصـول على بطاقة إجازة عرض من اللجنة القومية للرقابة، واستمرت تلك الرقابة سارية المفعول حتى بعد انتهـاء الحـرب لمدة ليسـت بالقصـيرة ولاحقـا تـم اسـتبدال تأشـيرتين ببطاقـة الإجـازة: تأشـيرة اسـتغلال أو اسـتثمار وهـي ضروريـة لاسـتغلال الأفـلام في دور العـرض

السينمائي والتأشيرة الأخرى خاصة بتصدير الأفلام إلى الخارج وهي تأشيرات من اختصاصات وزير الثقافة حصرا[62].

وتتراجع صلاحية الوزير في إجازة التصدير إلى مجرد الموافقة أو الرفض وذلك على العكس من تأشيرة الاستغلال التي يستطيع بشأنها إقرار إحدى الخيارات التالية[63]:

1. الإجازة أو الترخيص بالنسبة لكل الجمهور.

2.الإجازة بعد إجراء بعض التعديلات أو حذف بعض المشاهد أو أللقطات.

3. عدم السماح للقاصرين دون الثانية عشرة من العمر بمشاهدة الأفلام.

4. عدم السماح للقاصرين دون السادسة عشرة من أعمارهم بمشاهدة الأفلام.

5. التصنيف تحت الرمز (X) بالنسبة لأفلام الخلاعة الجنسية أو التحريض على العنف.

6. منع العرض تماما.

ثانيا: الرقابة القضائية

سمحت بعض القوانين الأوربية للقضاء والمحاكم بحظر بعض الأفلام إذا كان من شان عرضها أن يسبب ضررا غير مشروع لبعض الأشخاص حتى إن بعض الأوساط الكاثوليكية استندت إلى تلك القوانين التي ارتأت بأنها تضم ما يمثل مساسا بدياناتهم لكن القضاء رفض فيما بعد الدعاوى الدينية المستندة إلى ذلك النص إذ إن الرقابة القضائية تستهدف منع أو إيقاف الاعتداءات الخطيرة على الأشخاص ليس لمجرد فرض احترام نظام أخلاقي معين يتنافر مع حرية التعبير السينمائي.

ثالثا: الرقابة الضريبية

بعد أن شهد مفهوم الآداب العامة تطورا في فرنسا تراجعت الرقابة الادارية بشكل كبير لاسيما في منتصف السبعينيات من القرن الماضي وقد ظهرت بحكم ذلك موجة من الأفلام الإباحية على شاشة السينما وخشت الحكومة الفرنسية من إن تتخصص السينما الفرنسية بذلك النوع من الأفلام المربحة على الصعيد التجاري وبموجب ذلك أصدرت قانونا خلقت به طائفة جديدة من الأفلام أطلق عليه اسم "Film X" وتضم أفلام الخلاعة والعنف ويمارس مجلس الدولة رقابته على تلك الأفلام ويشرف على عدم تعسف الأجهزة الرقابية إزاء الأفلام، وتتمثل الرقابة في فرض الرسوم والضرائب

ورفع أسعار الضرائب على كل ما يتصل بتلك الفئة من الأفلام سواء تعلق الأمر بالضرائب على شباك تذاكر تلك الأفلام أو على العائدات المتحصلة من استغلال تلك الأفلام فضلا عن حرمـان تلك النوعية من الأفلام من الحصول على أي إعانة من صندوق دعم السينما، وقد أثمرت تلك الإجراءات عندما تراجعت بفعلها تلك الموجة من الأفلام[64].

تتعلق التعليمات الرقابية المعتمدة في اغلب الدول وخلال الفـترات السـابقة والراهنـة بشكل عام بمجموعة من الاعتبارات الأساسية من أهمها[65]:

1- منع تعلم ارتكاب الجرائم أو بث روح الأجرام أو تشجيع الميل الإجرامي في النفوس المستعدة له.

2- منع انتهاك حرمة الأخلاق والآداب العامة.

3- منع انتهاك حرمة الأديان السماوية.

4- منع انتشار القيم الاجتماعية الخطرة.

5- منع كل ما قد يؤدي إلى مشاكل سياسية محلية أو إقليمية أو دولية.

نظم الرقابة العالمية

وقد استفادت السينما من التجارب التي مرت بها وسائل الاتصال الأخرى في مجال الرقابة، وفي الولايات المتحدة كانت الأفلام تخضع لرقابة مسبقة من قبل الشرطة الأمريكية ثم تلا ذلك مرحلة ضغط الكنيسة الكاثوليكية وأصبح للسينما جهاز رقابي خاص بها ثم واجهت بعدها ما أطلق عليه "عصبة الوقار الوطني" إذ تم تصنيف الأفلام في ضوء مضامينها إلى الأقسام التالية[66]:

1- A.1/ وهي للأفلام التي لا اعتراض عليها من الناحية الأخلاقية بصفة عامة.

2- A.2/ وهي للأفلام التي لا اعتراض عليها من الناحية الأخلاقية للبالغين والمراهقين.

3- A.3/ وهي للأفلام التي لا اعتراض أخلاقي عليها بالنسبة للبالغين.

4- B/ وهي للأفلام التي لا اعتراض أخلاقي جزئي لجميع الأشخاص.

5- C/ وهي للأفلام المرفوضة تماما.

إما المعايير التي استخدمت لتقييم الصنفين الرابع والخامس ومن هذه الأفلام[67]:

1- تشجيعها للسلوك الجنسي الأخلاقي.

2- تشجيعها للسلوك اللاأخلاقي بصورة عامة.

3- تشجيعها للطلاق وإسهامها بالمساس بالحياة الزوجية.

4- تشجيعها للسلوك العدواني والقسوة والسادية والعنف.

5- تشجيعها للسلوك الإجرامي والانحراف.

6- تقليلها من أهمية حياة الإنسان وتشجيعه على الانتحار.

ومثل ذلك التصنيف الذي تم بموجبه تقييم الأفلام في مضمونها وليس صفاتها الفنية وجاء بعد ذلك موضوع مستوى صلاحية هذه الأفلام لجميع الأشخاص أو لمن هم فوق سن محددة وهكذا[68]، كما مثل ذلك التصنيف أمرا قانونيا ملزما من لدن الأجهزة الرسمية اشترط مراعاته وتطبيقه، إما التصنيف الثاني فكان اختياريا قامت به الهيئات أو الشركات السينمائية إذ تقدم النصيحة للإباء والأبناء بشأن مضمون الفيلم[69].

وكان شعور بالقلق يسود الأوساط الاجتماعية في الولايات المتحدة بشأن الآثار السلبية التي قد تنجم عن الأفلام وكانت هناك رقابة غير حكومية تقوم بدور فاعل في مراقبة الأفلام[70]، وفي عام 1933 تم تشكيل ما يسمى "فرقة الأدب" وأنشأت الفرقة لتضع قواعد وتقاليد جديدة للإنتاج واشتراك في عضويتها عدد من رجال الدين من الكنيسة الكاثوليكية، وكانت تلك القواعد تقترح مواد قانونية بدت أشبه بتنقيح لمواد القانون الأصلي للرقابة الذي وضعه مكتب هايز[71] في مطلع العشرينات من القرن المنصرم[72]، تلك

الرقابة التي كانت تبدو حديثة العهد جسدت سلطة الكنيسة في فرض عقوبات اقتصادية ضد أي فيلم يخرج عن تلك القواعد[73].

وقد أوكلت مهمة الرقابة الحكومية بعد إلغائها في نهاية عقد السبعينات من القرن الماضي إلى منتجي ومخرجي الأفلام حتى يمارسوا رقابتهم الذاتية[74] وفي ضوء إلغاء الرقابة الرسمية مارست الهيئات التي أسستها رابطة السينما الأمريكية عملية الرقابة، ومثلت تلك الهيئات مصالح الشركات السينمائية الأمريكية وهي طبقت ما يسمى ب-(قانون الإنتاج) إذ قامت بتطبيق الرقابة بشكل وقائي على مشروعات الأفلام قبل بدء تصويرها ثم بعد انتهاء إنتاجها[75].

ووضع مكتب هايز قانونا للأفلام لأول مرة عام 1929 أشتمل على كل أنواع المخالفات التي قد ترد في الأفلام والمتعارضة مع التقاليد الأخلاقية للمجتمع[76].

ومن بين الممنوعات التي كان القانون يشير إليها التطرق إلى الشذوذ الجنسي والرقيق الأبيض، كما إن قائمة بالمفردات المرفوضة أيضا أشار إليها القائمون على القانون مثل كلمات (اللعنة) و(الجحيم) والمفردات والمشاهد التي تحشر قسرا في داخل الفيلم فضلا عن إظهار غرف النوم والحمامات بطريقة تبتعد عن الذوق واللياقة ومراعاة الاحترام التام في عرض مناظر رجال الدين والعلم الأمريكي وكذلك عدم إظهار عمليات القتل الفظيع والشنق وعرض الحيوانات التي تقاسي الآلام[77].

وفي بريطانيا أنشئ المجلس الوطني لمراقبة الأفلام في عام 1912 إذ انبثق عن اتحاد رجال صناعة السينما الذي يمثل هيئة منتجي الأفلام، ولم يكن

رقباء الأفلام في بريطانيا موظفين حكوميين بل أفراد يمثلون صناعة الأفلام نفسها، ويعين اتحاد رجال صناعة السينما رئيس المجلس وهو صاحب الحق على موظفيه من المراقبين والمسؤولين عن مشاهدة كل فيلم مما يعد للتقديم في دور العـرض[78] ويشـير مجلـس مراقبـة الأفـلام في بريطانيا إلى مجموعة من المبادئ الأساسية في عملية الرقابة من أهمها[79]:

1- هل يحتمل إن يفسد الفـيلم النـواحي الأخلاقيـة للجمهـور مـن خـلال الإسـاءة إلى القيم الاجتماعية أو إظهار بشاعة الجريمة.

2- هل يحتمل تسيء القصة أو الحادثة أو الحوار إلى مجموعة مـن الجمهـور (بسـيط التفكير).

3- هل ستأثر القصة أو الحادثة أو الحوار على الأطفال من مختلف الأعمار.

كما يقوم المجلس البريطاني لرقباء الأفلام بتصنيف الأفـلام ويقسـمها في ضـوء ذلـك إلى ثلاثة أقسام هي[80]:

U/ هي للأفلام المناسبة للجميع (Universal)

A/ هي للأفلام المناسبة للبالغين (Adults) ويشاهدها من هم تحـت سـن سـتة عشر عاما وبرفقة البالغين.

X/ هي للأفلام التي لا يشاهدها إلا البالغون (أي يسمح لمن هم اقل مـن سـتة عشر عاما بمشاهدتها)، هذا ولا تعتمـد المقاطعـات والمـدن البريطانيـة بشـكل جماعـي عـلى هـذا التصنيف وبالتالي فأن المراهق دون ستة عشر عاما إذا لم يتمكن من مشاهدة فيلم في مدينته يمكن إن يـذهب بالقطـار إلى مدينـة أخـرى ويشـاهد نفـس الفـيلم بسـبب اخـتلاف معـايير الرقابة[81].

وتسهم الأحرف والرموز التي يضعها الرقبـاء إزاء الأفـلام في تنبيـه الأسر، وهـي توضـع بشكل إجباري على الأفلام رغم إن الدولة لا تعاقب المخالفين[82].

وفي فرنسا لا تزال حرية الإعـلام السـينمائي تخضـع لنظـام الترخـيص السـابق سـواء في مرحلة صناعة الأفلام أم في مرحلـة عرضـها وبـالنظر للتكـاليف العاليـة لصـناعة الأفـلام فقـد أقامت الدولة صندوقا لدعم صناعة السينما يمول عبر الرسوم الإضافية المفروضـة عـلى تـذاكر السينما التي يدفعها المشاهدون ومن إيرادات ذلك الصندوق تمنح الدولـة إعانـة ماليـة لكـل الأفلام، باستثناء تلك المصنفة تحت الرمز (X) وهي أفلام الخلاعة الجنسية والعنف وتستخدم تلك الأموال أيضا في منح مساعدات لتشجيع إنتـاج الأعـمال السـينمائية المتميـزة، وبـرغم مـا تقدم فان المنتجات السينمائية تخضع لنظام الترخـيص المـزدوج إذ يجـب الحصـول أولا عـلى ترخيص بممارسة نشاط الإنتاج السينمائي، كما يجب الحصول لاحقا على ترخيص تصـوير قبـل الشروع في إنتاج الفيلم السينمائي[83].

كما لا يخضع افتتاح دور العرض السينمائي إلا إلى نظام الإعـلان المسـبق لمجـرد التحقـق مـن تـوافر شروط الأمـان التـي ينبغـي توافرهـا في كافـة

المنشات المفتوحة للجمهور وفي سياق الحرص على المنافسة ومنع الاحتكار في مجال العرض السينمائي يستلزم القانون الترخيص أو الموافقة المسبقة لمدير المركز القومي للسينما قبل إقامة أي تجمع أو اتفاق بين المشروعات المعنية يتعلق بعرض الأفلام، وتلك الموافقة لا يمكن أن تمنح لأي اتفاق أو تجمع من شانه إعاقة المنافسة لاسيما إذا كان هناك من يجمع بين اثنين أو أكثر من المشروعات ذات الأهمية القومية في ذلك المجال[84].

وفي دول أخرى مثل النرويج يتم اعتماد الألوان في تصنيف إجازة الفيلم وتكون اجازات عرض الأفلام ملونة ومنها الصفراء والحمراء والخضراء والبيضاء، ولكن لون معنى محدد يرتبط بالفئات العمرية[85] وتحصل الأفلام المجازة رقابيا بشكل عام على ستة أنواع من الشهادات هي[86]:

1- الصفراء: للبالغين فوق ستة عشر عاما.

2- الخضراء: لجميع المشاهدين فوق اثني عشر عاما.

3- الحمراء: لجميع المشاهدين فوق سبع سنوات.

4- البيضاء: ممنوع عرضها.

وفي اليونان تخضع الأفلام لثلاثة تصنيفات رقابية هي[87]:

1- مناسبة لمن هم دون 13 سنة.

2- مناسبة لمن هم دون 17 سنة.

3- مناسبة لمن هم فوق 17 سنة.

ولا يسمح للأطفال دون أل-(5) سنوات بدخول دور العرض السينمائي، وإذا منع الفيلم من قبل اللجنة الرقابية يحق لصاحبه تقديمه إلى لجنة متخصصة ثانية وبدورها قد تمنعه أو تجيزه وإذا منعته الثانية فالوزير فقط من حقه إن يسمح به، وسيناريوهات الأفلام المحلية يجب إن تجاز قبل تصوير الأفلام بالكامل(88).

وفي فلندا تراقب كل الأفلام من قبل لجنة رقابة حكومية ثم يصنف كل فيلم وفق الأتي(89):

أ- يمنع الأطفال دون سن 18 سنة من مشاهدته.

ب- يمنع الأطفال دون سن 16 سنة من مشاهدته.

ت- يمنع الأطفال دون سن 8 سنوات من مشاهدته.

ث- صالح للجميع بعد حذف ما فيه من مشاهد مرفوضة.

وفي السويد وايطاليا والبرازيل تخضع السينما للرقابة الشعبية وليس الحكومية إذ يتطلب حماية المجتمع مما يوصف بالانحلال والفساد(90).

وعلى الرغم من وجود تفاوت واضح في الرقابة بين بلد وأخر، إلا إن الإثبات هو إن دول العالم تأخذ مبدأ التصنيف وتتحدد الأعمار ب(18، 17، 16، 13، 12، 5) سنة، وتتفرد الأكوادور مثلا بتقليد طريف هو عرض بعض الأفلام للرجال أو النساء فقط، أي لا يجوز مشاهدة الفيلم بشكل مشترك في إن معا[91].

كما تتوزع الرقابة هناك وفق المقاطعات ولكل مقاطعة ممثلوها المحليون ففي لجنة الرقابة في (كواياكويل) يجب إن تراقب الأفلام قبل عرضها، وهي تقسم في ضوء ذلك إلى أربعة أنواع[92]:

1- ممتاز ولكل المشاهدين.

2- غير صالح للأطفال.

3- يعرض للرجال والنساء البالغين والبالغات، وبشكل منفصل عن المراهقين.

4- ممنوع قطعا مشاهدته من المراهقين.

وفي اليابان وسويسرا يوجد أكثر أنواع نظم الرقابة تحررا إذ تعد الرقابة في اليابان طواعية وتعتمد الأسلوب الأمريكي،إذ يتطلب حماية المجتمع مما يوصف بالانحلال والفساد[93]. أما في سويسرا فالرقابة لا توجد في وقت السلم وتراقب الأفلام فقط عندما تقدم شكوى عليها من لدن مجموعة من المواطنين أو الجمعيات أو السلطات الدينية التي تتمتع بنفوذ واسع بين المعنيين بالأفلام هناك وبالتالي إبعاد ما تراه غير مناسب من الأفلام[94].

وفي فرنسا يتولى رقابة الأفلام العمد ورؤساء البلديات والدوائر المحلية وهناك لجان أخرى للرقابة تضم إلى جانب السينمائيين والموظفين الرسميين مجموعة من علماء النفس والاجتماع والقضاة والأطباء والمدرسين[95]. وفي الهند تعرض الأفلام بعد فحصها ومراقبتها من لدن لجنة رقابية مركزية مقرها بومباي ولها مكاتب محلية، وتعين الحكومة الرقباء في تلك اللجنة التي تمنح شهادة (أ) للأفلام المناسبة للبالغين فوق (18) سنة وشهادة (ب) للأفلام الصالحة للجميع دون تقييد، وللجنة أن ترفض الفيلم كليا أو تحذف أو تعدل بعض مشاهدة قبل إصدار الشهادة وتركز عملية الفحص بشكل أساس على العنف والرعب والابتذال والرذيلة والجهات المختصة الحق في اتخاذ قرار العرض أو المنع[96].

نظم رقابية عربية

في الوطن العربي تنقسم قضية الرقابة على الأفلام إلى وحدتين رئيسيتين الأولى خاصة بالناحيتين الأخلاقية وتتضمن ثلاث وثلاثين فقرة تحدد الممنوعات والثانية تتعلق بالأمن والنظام العامين إذ تشتمل أحدى وثلاثين فقرة ممنوعة، وتتعلق المحظورات ذات البعد الاجتماعي والأخلاقي بالدين والجنس والعنف أساسا[97].

وتسعى نظم الرقابة في معظم الأقطار العربية إلى منع الأفلام التـي تسيء إلى الشـعب العربي أو تلك التي توصف بأنها قد تشجع عـلى روح التمـرد وتـدعو إلى أفكـار تتنـاقض مـع المصالح الوطنية أو القومية أو تنتقص من الأديان السماوية أو تأجج النعرات الطائفيـة فضـلا عن إن المحظورات قد تتعلق بالجوانب الفنية والفكرية إذ لا تجيز التعليمات الرقابيـة عـرض الأفلام ذات المضامين الضعيفة (التافهة) أو التي تتنـاقض مـع التقاليـد والعـادات السـائدة في المجتمع العربي الإسلامي[98].

وتهدف عملية الرقابة على الأفلام في اغلـب الأقطـار العربيـة إن لم نقـل جميعهـا إلى حماية المجتمع من كل ما تتضمنه الأفلام من أفكـار تخـالف الـديانات والأخـلاق والآداب[99]. وتخضع اغلب الأفلام المصورة المنتجة في الأقطار العربية لرقابتين منهـا أولويـة تسـبق تصـوير الفيلم ونهائية تلي أنجاز الفـيلم إذ تـدون رخصـة الفـيلم قبـل التصـوير وبعـد الانتهـاء مـن إخراجه[100].

ويختلف التركيز على جوانـب بعينهـا في الأفـلام مـن خـلال معالجتهـا رقابيـا في بعـض الأقطار العربية وتمنع ليبيا – على سبيل المثال – أفلام رعاة البقـر والكاراتيـه- وتعتـبر الأفـلام الهندية مناسبة للعرض مجتمع الليبي لأنها خالية – وفـق تفسـيرها – مـن المنـاظر الجنسـية الجريئة فضلا عن إن معظمها يعالج موضوعات إنسانية[101].

ونصـت التعلـيمات الرقابيـة في الـيمن وأقطـار الخلـيج العـربي، وأقطـار عربية أخرى على حذف المشهد أو المشاهد الـواردة في الفـيلم إذا كـان الـزمن

المحذوف لا يتجاوز 15% مـن زمـن عـرض الفـيلم إجـمالا فـإذا تجـاوز ذلـك منـع الترخـيص بعرضه[102].

وتمر عملية رقابة الأفلام في الأقطار العربية بعدة مراحل وتستلزم إجراءات عـدة، وفي مجموعة من المحطات التلفزيونية الفضائية والأرضية العربية توجد أربـع خطـوات في مجـال الرقابة هي[103]:

1- رقابة تسـبق عمليـة شراء الأفـلام ومـن خـلال مشـاهدتها قبـل شراء حـق العـرض والبحث عن مدى صلاحيتها للعرض هندسيا وفنيا.

2- عملية المونتاج إذ يتم حذف مـا يسيء للـتراث والحضـارة العربيـة والتخفيـف مـن مشاهد العنف والإثارة قدر الامكان بما لا يؤثر عـلى المعـاني والقـيم التـي يطرحهـا الفـيلم أو السياق الدرامي له.

3 – التعليق على الفيلم سواء مـن خـلال الـبرامج المتعلقـة بالسـينما أو اسـتطلاع أراء الجمهور أو أبطال الفيلم ومخرجه وتقديم المعلومات بشأن الفيلم.

4 – تقسيم فترات البث إلى ست فترات ويراعـى في كـل فـترة نـوع الجمهـور وحجمـه وخلالها تعرض الأفلام المناسبة، وفي فترة بعد منتصف الليل تعرض أفلام الإثارة والعنـف التـي إن لا يشاهدها الصغار كما تصنف الأفلام في تلك المحطات إلى ثلاثة أصناف "الأفـلام الجيـدة" وتعرض خلال وقت الذروة "الأفلام المتوسطة" تعرض خلال الأوقات العادية "الأفلام المقبولـة" وتعرض بعد منتصف الليل[104].

نظم تصنيف سائدة

لا تعدو الشهادة التي يحررها أو يصدرها الرقيب بشأن الفيلم عن كونها شهادة تثير وتوجه أنظار المشاهدين إلى إن الفيلم المعني – من وجهة نطر الرقيب – في مرتبة خاصة يعبر عنها بعلامة (X) أي لا يناسب الأطفال دون ستة عشر عاما أو فيلم للكبار ويرمز له بحرف (U) أي إن المشاهدين من كل الأعمار يمكن لهم متابعته (105) وشهادته (X) هي الوحيدة التي لا تتيح للأطفال مشاهدة أفلام بعينها، وكانت قد ابتكرت عام 1951 وتم اعتمادها لدى جهات العرض وطبقت على الأفلام الأمريكية والبريطانية بشكل أساس، ويخشى الموزعون وجهات العرض من الأفلام التي تأخذ هذه العلامة لان العائلات تبتعد عن مشاهدة مثل تلك الأفلام[(106)].

وتسود في دول عديدة نظم رقابية تتصدى للأفلام وتتولى مراقبتها وهي تختلف من دولة إلى أخرى، ومن ابرز نظم رقابة الأفلام الشائعة لاستخدام النظام القديم الذي ظهر في السبعينات من القرن الماضي والذي يصنف الأفلام إلى[(107)]:

1- (Tv.G) ويعني الأفلام الإرشادية التي يمكن مشاهدتها.

2- (Ty.Pg) ويعني الأفلام الخاصة بفئة معينة وغالبا ما تلحق بعبارات أخرى لتوضيح المعنى (كبار، صغار).

والنظام الثاني هو خاص بالجمعية الأمريكيـة للسـينما وهـو يصـنف الأفـلام إلى ثلاثـة أقسام وهي[108]:

1- (V) ويعني الأفلام ذات الطابع العنيف (العنف).

2- (S) ويعني تلك الأفلام ذات صفة الجنس.

3- (L) ويعني الأفلام التي تحتوي على ألفاظ نابية.

والنظام الحديث الذي يشيع استخدامه في عدة دول غربية يصـنف الأفـلام إلى ثلاثـة أصناف هي حسب الفئة العمرية للمشاهدين[109]:

1- Adult Viewing (AV) من 18 سنة فما فوق.

2- Gulded Viewing (GV) من 13-16 سنة ويحتاج إلى إرشاد عائلي.

3- Family Viewing (FV) وهـو يصـلح للمشـاهدة بالنسـبة لجميـع الأعـمار والمشاهدة العائلية.

4- وهناك نظام أخر لتصـنيف الأفـلام تقدمـه لجنـة صـناعة السـينما الأمريكيـة وهـو يقسم الأفلام إلى ستة أصناف تعكس مختلف مستويات الجنس والعنف واللغة القبيحة[110]:

1- TV.K البرامج المصنفة تحت هذا الرمز هي لسائر الأطفال.

2- TV هي للأطفال فوق سن السابعة مع توصية بوجوب الإرشاد الأبوي.

3- TV.K وهي لفئة عمرية من (14) سنة مع تحذير صارم للإباء بالمتابعة.

4- TV.M للراشدين فقط.

5- TV.G هي برامج مناسبة لكل الأعمار حتى وان لم تكن خاصة بالأطفال.

6- TV هي البرامج التي ربما يجدها بعض الآباء غير ملائمة للصغار لكنها قد تصلح للمشاهدة المشتركة من قبل الإباء والأبناء الصغار.

وفي إطار التطور التقني لتعزيز عملية الرقابة ظهرت أساليب حديثة إذ تم استخدام نظام رقابة جرى تصميمه بحيث يتوافق عمليا مع استخدام الشريحة (V) التي تتلقى إشارة أو شفرة ما ضمن الذبذبات البرامجية غير المرغوب فيها فتقوم بقطع التيار الكهربائي وإغلاق جهاز التلفزيون أو بإصدار تحذير واضح للمشاهدين الكبار حتى يتسنى لهم منع الصغار من مشاهدة الأفلام ذات المضامين السلبية[111].

يرعى اتحاد الأفلام الأمريكية والاتحاد القومي لأصحاب المسارح نظاما اختباريا بغـرض تزويد أولياء الأمور بمعلومات أساسية عن الأفلام ما يساعدهم عـلى تقريـر السـماح لأبنـائهم وبناتهم مشاهدة الأفلام من عدمـه، وقـد سـنت جمعيـة الأفـلام الأمريكيـة (MBAA) ذلـك النظام وأصبح بعد ذلك النظام عالميـا، وتعـد الجمعيـة تلـك منظمـة جماهيريـة غـير ربحيـة تأسست في الولايات المتحدة الأمريكية وهي أنشأت من اجل زيادة الفائدة من استوديوهات هوليوود العالمية وأعضائها البارزين وهم: يونيافيستا، سوني براмونت، فوكس للقرن العشرين، يونفيرسال ووارنر براذر، ووضعت الجمعيـة نظـام التصـنيف الأسـاسي للأفـلام Film Rating System[112].

وتهدف الجمعية إلى حماية أعضائها من جرائم سرقة الملكية الفكريـة فضـلا عـن إنهـا أسهمت لتحقيق الغرض ذاتـه في غلـق عـدد مـن مواقـع تبـادل الأفـلام غـير المصرح بهـا[113]. ويراعي نظام التصـنيف الخـاص بـالأفلام (موضـوع الفـيلم وفكرتـه الرئيسـة، اللغـة البذيئـة، العنف، العري، الجنس، المخدرات) كما انه يقيم الأفلام ويعطيها رموزا توضح للمشاهدين إذا كان الفيلم مناسب لأفراد العائلة أم لا، ويـتم التقـويم ذلـك حسـب المشـاهد التـي يحتويهـا الفيلم وإعطائه رمـز مـن الرمـوز التاليـة (NC، R، BG13، BG، G17) ومعنـى تلـك الرمـوز يكون على الشكل التالي[114]:

1- الرمز General Audience (G) للعموم: يشـير إلى إن كـل الأعـمار مسموح لها بمشاهدة الفيلم، وهذا التقويم مناسـب للعائلـة ويمكـن للأطفـال مشـاهدة الأفـلام التـي تحمـل ذلـك الرمـز وحتـى وان كـانوا بمفـردهم،

وتلك الأفلام لا يمكن أن تحتوي على أي مشاهد عري أو ألفاظ خارج الأدب أو إباحية أو أي شي من ذلك القبيل.

2- الرمز (Parental Guidance Suggested (PG (إشراف الأهل مقترح): تؤكد تلك النوعية من الأفلام إن الإرشاد التربوي مقترح، حيث توجد بعض المشاهد التي قد تكون مؤذية للأطفال وغير مرغوبة من الوالدين برغم انه لا تحتوي على (مشاهد إباحية فعادة ما تكون مختصرة ومشاهد العنف والرعب لا تتعدى الحدود المعتدلة).

3- الرمز (Parents Strongly Cautioned (PG13 (تنبيه شديد للأهل): هذا التصنيف يشير إلى ضرورة الحذر وبقوة من قبل الوالدين في السماح لأبنائهم وبناتهم بمشاهدة هذا النوع من الأفلام لتضمنه (مشاهد العنف الخشنة جدا والبذاءة غير موجودة، مشاهد العري الجنسي غير موجودة بصفة عامة، مشاهد تعاطي المخدرات موجودة إلى حد ما، هناك استخدام للألفاظ الخارجة).

4- الرمز (Restricted (R (محصور): هذا التصنيف يفرض قيود لمن هم اقل من 17 سنة إذ تتطلب المشاهدة وجود مرافق بالغ أو من الأبوين لان هناك مشاهد جنس وعنف ومخدرات ولغة خارجة بصفة شبه مستمرة.

5- الرمز (No One 17 Under Admitted (NC-17 (محظور لمن هم دون السابعة عشرة): ومعناه باختصار ممنوع مشاهدة هذا لنوع من الأفلام لمن هم في سن أل 17 سنة فما دون: وهي أفلام تحتوي على

مشاهد عنف بشكل مفرط أو مشاهد جنسية عنيفة بشكل مقزز ووجـود لغـة حـديث غـير مقبول وخارج عن المألوف.

6- الرمز(NR Or Not Rated): ويستخدم هذا الرمز للأفلام التـي يـتم تصـنيفها مـن قبل المنظمة.

وفي ضوء ما تقدم يمكن التأكيد على إن تدعيم الأمـن الثقـافي يتطلـب بنـاء سياسـات ثقافية قادرة على استيعاب التطـورات المتسـارعة عـلى الصـعيدين الإعلامـي والثقـافي، وعـلى الرغم من تبني سياسات متشددة لحمايـة (الهويـة الثقافيـة) يبقـى تـدفق الـبرامج والأفكـار الأجنبية هاجسا ساخنا خشية تعرض الثقافات الوطنية للتـأثر السـلبي وقـد لا تكـون الرقابـة المشددة على الأعلام الوافد الأسلوب الامثل وهـي لم تثبـت نجاحـا متكـاملا في الحفـاظ عـلى الأمن الثقافي، كما قد لا يكون الانفتـاح الثقـافي غـير المقيـد أسـلوبا امـثلا لتحفيـز المؤسسـات الوطنية على مجاراة منافسـيها الـدوليين، لكـن الانفتـاح الايجـابي المتـوازن والانتقـاء الـدقيق للبرامج من جانب أخر قد يكون أسلوبا مقبولا على المـديين المتوسـط والبعيـد لتعزيـز الأمـن الثقافي العربي وتدعيمه في مختلف المجالات والميادين.

مصادر وهوامش الفصل الرابع

(1) هربرت أ.شيللر: مصدر سابق، ص186.

(2) هادي نعمان الهيتي: الاتصال والتغير الثقافي، مصدر سابق، ص82 ،84.

(3) حمدي قنديل: التلفزيون والثقافة الوطنية، ندوة دور الإذاعة والتلفزيون في التنمية الثقافية، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، 1988، ص94.

(4) عوض منصور: التلفزيون بين المنافع والأضرار، ط3، الزرقاء، 1987، ص17.

(5) صالح أبو إصبع: مصدر سابق،ص18.

(6) ياسين لاشين: الإذاعة المرئية والطفل الليبي، مجلة بحوث إعلامية، طرابلس، السنة الثانية، عدد 6، 1993، ص14.

(7) محمود اللبدي: مصدر سابق، ص69.

(8) عبد العزيز محمد: التلفزيون وتأثيره على الأطفال، مجلة تكنولوجيا التعليم، الكويت، المركز العربي للتقنيات التربوية، السنة 13، عدد1989,22، ص18.

(9) عدلي سيد رضا: مصدر سابق، ص175.

(10) صالح أبو إصبع: مصدر سابق، ص180.

(11) عدنان الدوري: مصدر سابق، ص28.

(12) سعيد مبارك آل زعير: مصدر سابق، ص150.

(13) وهي مجموعة قواعد قانونية تشكل دستورا أخلاقيـا لتقيـيم الأفـلام السـينمائية التي تنتجها صناعة هوليود.

(14) المصدر السابق: ص228.

(15) تقرير منشور في مجلة الإذاعات العربية: تونس، اتحاد إذاعـات الـدول العربيـة، عدد1994,1، ص64.

(16) نحو مستقبل أفضل للطفل العـربي: المجلـس العـربي للطفولـة والتنميـة، وثـائق ندوة التلفزيون وثقافة الطفل العربي، القاهرة، ص3.

(17) حول التلفزيون وثقافة الطفل: مجلة الإذاعات العربيـة، تـونس، اتحـاد إذاعـات الدول العربية، عدد1991,1، ص15.

(18) عبد القادر الشيخ: حول إنتاج برامج الأطفال، مجلة الإذاعـات العربيـة، تـونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد1991,2، ص54.

(19) المصدر نفسه، ص54.

(20) ياسين لاشين: مصدر سابق، ص19.

(21) جان جبران كرم: التلفزيون والأطفال، مصدر سابق، ص65.

(22) عاطف عدلي العبد: مختارات مترجمة، التلفزيون والطفل، مجلة بحوث، بغـداد، المركز العربي لبحوث المشاهدين والمستمعين العرب، عدد24، 1988، ص125.

(23) عوض منصور: مصدر سابق، ص26.

(24) سعيد عبد الرحمن: الشباب وبرامج التلفزيون، جامعة الكويت، بلا تاريخ، ص8.

(25) إبراهيم إمام: مصدر سابق، ص239,238.

(26) وارن ك. أجي وآخرون: مصدر سابق، ص306.

(27) المصدر نفسه، ص306.

(28) عبد الرحمن عيسوي: الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون العربي، بـيروت، دار النهضة العربية،1984، ص28.

(29) وليم ل. ريفرز: مصدر سابق، ص37.

(30) هـادي نعـمان الهيتـي: الاتصـال والتغيـير الثقـافي في العـراق، مصـدر سـابق، ص30,15.

(31) إبراهيم إمام: مصدر سابق، ص57.

(32) المصدر السابق: ص27.

(33) سعيد مبارك آل زعير: مصدر سابق، ص59.

(34) يوسف بن رمضان: ثقافة الصورة وثقافـة المدرسـة في المجتمـع العـربي المعـاصر، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، عدد1993,23، ص33.

(35) احمد بيومي: الانثربولوجيا الثقافية، القاهرة، الدار الجامعية،1983، ص105.

(36) هادي نعمان ألهيتي: مصدر سابق، ص84,82.

(37) سهير جاد: مصدر سابق، ص52,25.

(38) صالح أبو إصبع: مصدر سابق، ص 182

(39) وجيه كوثراني: مصدر سابق، ص52.

(40) شون ماكبرايد وآخرون: مصدر سابق، ص85.

(41) هربرت أ.شيللر: المتلاعبون بالعقول: مصدر سابق، ص186.

(42) ميشيل كولون: مصدر سابق، ص344.

(43) محمد عبد الجابري: مصدر سابق، ص178.

(44) المصدر نفسه: ص179.

(45) عبد اللـه شقرون: معركة ترويج المواد والبرامج السمع بصرية، مصدر سابق، ص37.

(46) عزيز الحاج: مصدر سابق، ص22.

(47) News Week ,October ,New York ,1989,P.35.

(49) انجبورنغ بينت: مصدر سابق، ص77.

(50) احمد بدر الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية: الكويت، دار القلم، 1974، ص326.

(51) نصر الدين العياضي: إشكالية التلفزيون بين الهواجس والمخاوف، جريدة الاتحاد، الأمارات العربية المتحدة، في 1999/11/10، ص14.

(52) محمد عباس نور الدين: المصدر السابق، ص70.

(53) محي فتوحي: الرقابة والتحكم في وسائل الأعلام، طرابلس 1998، ص27.

(54) محمد عباس نور الدين: مصدر سابق، ص71

(55) نصر الدين العياضي: مصدر سابق، ص14.

(56) احمد بدر: مصدر سابق، ص328.

(57) محمد فتوحي: مصدر سابق، ص27.

(58) Jeremy Tunstall ;Communication And Society ,New Work ,1982 , P. 66-67

(59) سمير فريد: السينما والدولة في الوطن العربي، ندوة الهوية القومية في السينما العربية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1986، ص100.

(60) الفيلم السينمائي: مصدر سابق، ص6,7

(61) ماجد راغب الحلو: حرية الإعلام والقانون، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2009، ص382

(62) المصدر نفسه: ص382,383

(63) المصدر نفسه: ص384,385

(64) المصدر نفسه: ص385,386

(65) سمير فريد: مصدر سابق، ص100.

(66) عدنان الدوري: اثر برامج العنف والجريمة على الناشئة، جامعة الكويت، 1977، ص51.

(67) المصدر السابق: ص51

(68) نصر الدين العياضي: مصدر سابق، ص14.

(69) احمد بدر: مصدر سابق، ص367.

(70) جاسم العذال: سوق الأفلام، مجلة ستالايات، العدد 90، لندن، 1966، ص37.

(71) وهي هيئة أمريكية عامة تولت وضع ضوابط إجازة الأفلام في الولايات الأمريكية المتحدة في مطلع القرن الماضي.

(72) جاسم العذال: المصدر السابق، ص37.

(73) آرثر نايت: مصدر سابق، ص190.

(74) كنعان شماس: مواقف رقابية (نشرة داخلية) العدد ثاني، بغداد، وزارة الثقافة والأعلام، 1982، ص18.

(75) جان الكسان: السينما في الوطن العربي، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، 1982، ص415.

(76) روجر ما نفل: الفلم والجمهور، ترجمة برلنتي عبد الحميد، القاهرة، بلا تاريخ، ص155.

(77) المصدر نفسه: ص156.

(78) المصدر نفسه: ص152,151

(79) جاسم العذال: مصدر سابق، ص38.

(80) غريب بسيوني: مجلة الصدى، الأمارات العربية المتحدة في 2000/3/7، ص47.

(81) المصدر نفسه: ص47.

(82) جان الكسان: مصدر سابق، ص265.

(83) ماجد راغب الحلو: حرية الإعلام والقانون، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2009، ص38

(84) المصدر نفسه: ص381

(85) كنعان شماس: أسواق السينما العالمية، بغداد، (تقرير بالرونيو) دائرة الرقابة، وزارة الثقافة والأعلام،1982، ص5.

(86) المصدر نفسه: ص5.

(87) سامح السليم: الأفلام السينمائية تحت المجهر، جريدة القـدس العـربي، لنـدن في 1997/10/7. ص11

(88) المصدر نفسه: ص35.

(89) كنعان شماس: أسواق السينما العالمية، مصدر سابق، ص9.

(90) سيف الرقابة على رقبة السينما: مجلة الحوادث، لندن، 1986/5/16، ص17.

(91) احمد فطيري: الثقافة وخطر الأفلام، مجلة الدراسات الإعلامية، القـاهرة، العـدد 50، 1987، ص37.

(92) المصدر نفسه: ص42.

(93) سامح السليم: مصدر سابق، ص11.

(94) احمد المصري: نظرة إلى السينما، جريدة الحياة، لندن في 2000/1/28، ص9.

(95) المصدر نفسه: ص9.

(96) كنعان شماس: مواقف رقابية، مصدر سابق، ص14.

(97) جان الكسان: مصدر سابق، ص417.

(98) احمد محمد زيادي: اثر وسائل الأعلام على الطفل، عمان، 1989، ص103-104.

(99) المصدر نفسه: ص104.

(100) جان الكسان: مصدر سابق، ص412.

(101) احمد المصري: مصدر سابق، ص9.

(102) قانون الرقابة على المصنفات الفنية: مجلة متابعات إعلامية، العدد42، السنة4، صنعاء 1994، ص42.

(103) بدر الدين حسن: شكل جديد للرقابة في الوطن العربي، مجلة ستالايات، العدد 78، السنة الثانية، لندن، 1995، ص58.

(104) المصدر السابق: ص58.

(105) روجر ما نفل: مصدر سابق، ص151-152.

(106) المصدر نفسه: ص153.

(107) TV Guide, Show Time,1997.P.31

(108) كريس فورستر: نظم تصنيف الأفلام ترجمة محمد جابر، عمان، 1998، ص24.

(109) المصدر نفسه: ص32.

(110) TV Guide , OP.Cit.P.33

(111) بدر الدين حسن: مصدر سابق، ص57.

(112) لوي دي جانتي: فهم السينما، ترجمة: عصام الدين المصري، بيروت، 1987، ص48

(113) رؤوف توفيق: عندما تقول السينما لا، القاهرة، مطابع روز اليوسف، 1978، ص29

(114) إسراء شاكر: أفلام الجريمة المنظمة في قناة MBC2، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام،جامعة بغداد،2009، ص198، نقلا عن جون هوارد ولسون: السينما - العملية الإبداعية، ترجمة: علي ضياء الدين، بغداد، 2002، ص81.

الخاتمة

في ضوء ما تقدم من تناول لظاهرة التدفق الإعلامي الدولي للبرامج والأفلام في العالم تبرز التحذيرات من احتمالات التأثير القائمة على الهويات الوطنية في دول عدة بعضها متقدمة والأخرى نامية مثل الدول العربية ومنها العراق لاسيما ما يتعلق بالأمن الثقافي العربي الذي كان يمثل استراتيجية عربية مشتركة لمواجهة الاستهداف الثقافي الغربي ومنه الأمريكي على وجه الخصوص في ظل ما بات يعرف بالأمركة.

والواقع بات يشير وبوضوح إلى إن هناك حالة من السيطرة والهيمنة على امكانات الإعلام ووسائل إنتاجه وتوزيعه تتركز لدى عدد محدود من الدول المتقدمة صناعيا ولاسيما الولايات المتحدة الأمريكية وشملت مجالات الهيمنة والسيطرة تلك الجوانب الصناعية والتجارية والثقافية والتقنية في الصناعة الإعلامية، وفي ضوء تلك الهيمنة تبقى الدول النامية ومنها الدول العربية في احتياج متزايد ودائم إلى تلك التقنية والخبرة والمنتجات الإعلامية لتشغيل إعلامها الوطني ومحطاتها الفضائية كما توظف الدول الغربية المتقدمة إعلاميا امكاناتها للوصول إلى تحقيق أهداف دعايتها السياسية الخارجية لاسيما في المجال الثقافي من خلال مخاطبة الشعوب من وراء ظهر

حكوماتها بهدف تصدير النموذج والفكر السياسي والثقافي إلى الدول المستهدفة فضلا عن تحقيق الأهداف التجارية عبر الاستثمار الإعلامي التجاري ونشاط الشركات المتعددة الجنسيات.

كما يمثل تدفق الإعلام الأجنبي على المستوى الدولي خطرا كبيرا على الواقع الثقافي والفكري والاجتماعي على الدول المستهدفة، وتحتاج الدول تلك في مواجهة ذلك إلى تطبيق سياسات ثقافية وإعلامية وطنية متميزة للتخفيف من آثار عملية التدفق تلك وتقليص مظاهر التبعية السياسية والثقافية الناجمة عن النشاط الإعلامي الدولي لكبريات الشركات الدولية ومن ورائها حكوماتها. وفي سياق متصل أسهم التدفق الدولي للإعلام في خلق حالة من الصراع بين الثقافات الوطنية المحافظة والملتزم والأنماط الثقافية الهجينة التي نقلتها بعض المنتجات الإعلامية الأمريكية لاسيما عبر الأفلام والمسلسلات وما زاد من الأمر تعقيدا هو تأثير البرامج تلك عل الأطفال والمراهقين وقليلي الحظ من الثقافة والتعليم الأمر الذي انعكس على سلوكهم واتجاهاتهم الثقافية عبر ما ينقل إليهم من فنون الحب والإثارة الجنسية والعلاقات العائلية المفككة والعلاقات الجنسية خارج الزواج والخيانة وما إلى ذلك فضلا عن الجريمة وفنونها وأساليبها والخطير في الأمر إن البعض من تلك المواقف والمشاهد والشخصيات شكلت نماذج إقتداء للمراهقين وهم يشاهدون الأبطال يحلون مشاكلهم عن طريق العنف وقوة السلاح والذراع والغدر والانتقام.

وفيما يتعلق بالأفلام الأمريكية التي كانت تمثل الأداة الرئيسة في الغزو والاستهداف الثقافي واستراتيجية الأمركة كان التركيز يذهب في الأغلب نحو الترويج للنموذج الأمريكي إذ عكست اغلب الأفلام المعروضة

حول العالم تفـوق المؤسسـات الأمريكيـة في عناصرهـا ووسـائلها وأسـاليبها وقـدمتها بوصـفها النموذج واجب الاحتذاء والجدير بالتقدير والاحترام وكان الأبـرز فيهـا هـو اسـتعراض تفـوق المؤسسات الأمنية الأمريكية ومنها الشرطة والمارينز والمخابرات وغيرها مـن المؤسسـات، كـما كان التركيز سائدا عبر الأفلام الأمريكية يتجه نحو الحط من قيمة بعض الأقليـات في المجتمـع الأمريكي وإظهارهم في ادوار الإجرام والشر والفساد مثل الصـينيين والـروس والسـود والعـرب والمسلمين.

كما يمكن الاستخلاص بـان المضـامين الـواردة في الأفـلام الأمريكيـة ومـا حملتـه مـن عناصر ثقافية كانت تتعـارض مـع المنظومـة القيميـة الإسـلامية والعربيـة ازدادت وتيرتهـا وتصاعدت وان إستراتيجية الأمن الثقافي العربي التي كانت تسعى إلى حمايتها وعدم المساس بها وعلى وفق النشاط العربي المشترك الذي كان قائمـا في السـبعينات والثمانينـات ومطلـع التسعينات لحماية الأمن الثقافي العربي ثبت فشلها والتاريخ اثبت عدم جدية تلك الجهود وعدم فاعليتها لاسيما بعد بدء العمل بالبث التلفزيوني الفضائي المباشر وعبر الانترنت وهـو الأمر الذي عقد من مهمة الرقابة والمراقبة ومنع استلام البث وبعد أن جعلـت التطـورات المتسارعة من تحقيق ذلك المطلب أمرا عسيرا وبعيـد المنـال، كـما إن المؤسسـات الثقافيـة التابعة للجامعة العربية والمعنية بالثقافة والتي كانت معنية بحماية الأمن الثقـافي العـربي تراجع دورها ويكاد يكون نادرا بسب الثورة التقنية التي عقدت مـن مهـمات المؤسسـات الثقافية التقليدية وجعلت من المؤسسات العربية المعنية تشـعر بالإحبـاط وتنكفـئ نحـو أنشـطة ثقافيـة محليـة وعربيـة محـدودة بعـد أن أصـبحت المواجهـة أمـرا مسـتحيلا

لذلك أصبح الشعار الذي ظل مرفوعا طوال أكثر من عقدين من الزمن والمتمثل في استراتيجية الأمن الثقافي العربي في مواجهة الأمركة والاوربة عبر الأفلام والتلفزيون أصبح جزء من الماضي.

ولم يتبق من الإجراءات الرادعة للتقليل من مخاطر الأفلام الأمريكية التي يشهادها العرب وغيرهم سوى أسلوب الرقابة على تلك الأفلام وهي آلية قد تصل إلى المنع الكامل لعرض الأفلام أو قد تكتفي بحذف بعض المشاهد على وفق تكنيكات وطرق ومتنوعة واعتقد أنها باتت تمثل الحل الوحيد المتبقي أمامنا لتقليل الآثار الضارة واغلب الدول في العالم تتبنى نظاما جيدا يعتمد على مراقبة الأهل من خلال رموز التحذير التي تعرضها الأفلام قبل البدء وهي تجربة مفيدة ضمن الحدود المعقولة والتي تتطلب تفعيلا في القنوات العربية مع بعض التوعية للأهل بأهمية المراقبة والانتفاع من علامات التحذير لتقليل المخاطر، والحكمة تقتضي التعامل بواقعية مع الظاهرة بعد انتفاء إمكانية السيطرة عليها ومواجهتها.

المصادر والمراجع

أولا / الكتب العربية والمعربة

(1) إبراهيم العريس: الصورة والواقع، بيروت 1978.

(2) إبراهيم إمام: الأعلام الإذاعي والتلفزيوني، ج2، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985.

(3) إحسان عبد الغني: الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام، عمان، 1994

(4) احمد بدر: الأعلام الدولي، القاهرة، 1977.

(5) احمد بدر: الأعلام العربي والدولي، القاهرة، 1977

(6) احمد بدر: الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية: الكويت، دار القلم، 1974

(7) احمد بيومي: الانثربولوجيا الثقافية، القاهرة، الدار الجامعية، 1983

(8) احمد محمد زبادي: اثر وسائل الأعلام على الطفل، عمان، 1989

(9) احمد محمد زيادي وآخرون: الإعلام والطفل، عمان، الأهلية للتوزيع، 1989

(10) آرثر نايت: قصة السينما في العالم، ترجمة سعد الدين توفيق، القاهرة 1967.

(11) الأعلام العربي في عصر المعلومات (تقرير): أبو ظبي، مركز زايد لتنسيق والمتابعة 2000

(12) انشراح الشال: الأعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1986.

(13) أنيس جرار: جماليات العرض السينمائي، بيروت، 1969

برهان غليون: سمير أمين، ثقافة العولمة وعولمة الثقافة، دمشق، دار الفكر، 1999.

(14) بنجامين مارير: عالم ماك، المواجهة بين التأقلم والعولمة، ترجمة. احمد محمود، نيويورك، 1995

(15) بول وارن: خفايا نظام النجم الأمريكي، ترجمة. حليم طوسون، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، 1995

(16) التلفزيون التجاري في أمريكا: ترجمة غازي زين، تهامة للنشر، 1984.

(17) جان الكسان: السينما في الوطن العربي، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، 1982

(18) جون ر.بيتنر: الاتصال الجماهيري، ترجمة .د.عمر الخطيب، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1987

(19) جون هوارد ولسون: السينما -العملية الإبداعية، ترجمة: علي ضياء الدين، بغداد، 2002.

(20) جيهان رشتي: التنسيق والتعاون في مجال التلفزيون عربيا وعالميا، الرياض، جهاز تلفزيون الخليج، 1983

(21) حمدي قنديل: التلفزيون والثقافة الوطنية، ندوة دور الإذاعة والتلفزيون في التنمية الثقافية، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، 1988

(22) د.ر.مانكيكان: تدفق المعلومات بين الدول المتقدمة والدول النامية، ترجمة فائق فهيم، الرياض، دار العلوم للنشر، 1982.

(23) روجر ما نفل: الفلم والجمهور، ترجمة برلنتي عبد الحميد، القاهرة، بلا تاريخ.

(24) زبيغنيو بريجنسكي: بين عصرين (الاستراتيجية الامريكية في العهد التكنتروني)، ترجمة: محجوب عمر، ط2، القاهرة ، 1988

(25) زهير ألخالدي: خطوات على طريق السينما، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1979

(26) سامية جابر: الاتصال الجماهيري، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 1982

(27) ستانلي جيه: أنواع الفيلم الأمريكي، ترجمة مدحت محفوظ، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، 1997

(28) سعيد آل زعير: التلفزيون والتغيير الاجتماعي في البلدان النامية، الرياض، بلا تاريخ.

(29) سعيد عبد الرحمن: الشباب وبرامج التلفزيون، جامعة الكويت، بلا تاريخ.

(30) سميح فرسون: الثقافة والتبعية، الخطة الشاملة للثقافة العربية، القسم الثالث، الجزء الثالث، الكويت، 1988.

(31) سمير فريد: السينما والدولة في الوطن العربي، ندوة الهوية القومية في السينما العربية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية،1986

(32) ون ماكبرايد وآخرون: أصوات متعـددة وعـالم واحـد، الجزائـر، الشركـة الوطنيـة للنشر والتوزيع، 1981.

(33) صالح أبو إصبع: تحديات العالم العربي، عمان، دار الشروق، 1999

(34) عبد الرحمن عيسوي: الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون العربي، بـيروت، دار النهضة العربية، 1984

(35) عبد الـلـه بلقزيز: العولمة والهوية الثقافية، ندوة العرب والعولمة، بيروت، مركـز دراسات الوحدة العربية، 1997

(36) عدلي سيد رضا: تدفق البرامج من الخارج في تلفزيون مصر، رسالة ماجستير غـير منشورة، القاهرة، 1979

(37) عدنان الدوري: اثر برامج العنف والجريمة على الناشئة، جامعة الكويت، 1977.

(38) عدنان مدانات: غرائب الأيام في خفايا الأفلام، دمشق، 1994

(39) عزيز الحاج: الغزو الثقافي ومقاومته، بيروت، المؤسسة العربية للنشر، 1983.

(40) عواطـف عبـد الـرحمن: قضـايا التبعيـة الإعلاميـة والثقافيـة في العـالم الثالـث، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، 1984.

(41) عوض منصور: التلفزيون بين المنافع والأضرار، ط3، الزرقاء، 1987

(42) غوران هدبرو: الاتصال والتغيير الاجتماعي في البلدان النامية، ترجمة

(43) محمد ناجي الجوهر، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة،1991 .

(44) فؤاد إبراهيم: ثقافة الصورة، التحدي والاستجابة، صورة الـوعي ووعـي الصـورة، مؤتمر فلادليفيا الدولي الثاني عشر، عمان، 2007

(45) فـؤاد زكريـا: المبـاديء الأساسـية للتخطـيط الثقـافي مـن وزارة عربيـة، (الخطـة الشاملة للثقافة العربية، القسم الأول، الجزء الثالث)، الكويت ، 1983.

(46) فائق فهيم: الأعلام المعاصر، قضايا وأراء، الرياض، دار الوطن للنشر، 1985.

(47) فتحي الابياري: الأعلام العربي والدولي والدعاية، القاهرة، دار المعرفـة الجامعيـة، 1985

(48) الفيلم السينمائي .ALmoqatel .com , Bhoth. Fenon

(49) كريس فورستر: نظم تصنيف الأفلام ترجمة محمد جابر، عمان، 1998

(50) كنعان شماس: أسواق السينما العالمية، بغداد، (تقريـر بـالرونيو) دائـرة الرقابـة، وزارة الثقافة والأعلام،1982

(51) كنعـان شـماس: مواقـف رقابيـة (نشرة داخليـة) ، بغـداد، وزارة الثقافـة والأعلام،1982.

(52) لوي دي جانتي: فهم السينما، ترجمة: عصام الدين المصري، بيروت، 1987

(53) م.دي فلور وآخرون: نظريات الأعلام،ترجمة محمد ناجي الجوهر، عمان، 1994.

(54) ماجد راغب الحلو: حرية الإعلام والقانون، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2009.

(55) محمد حسين طلال: التداول الإعلامي والحق في الاتصال، حق الاتصال، بغداد، دائرة الشؤون الثقافية العامة، 1982.

(56) محمد حمدان مصالحة: الاتصال السياسي، عمان، دار وائل للنشر، 1996.

(57) محي فتوحي: الرقابة والتحكم في وسائل الأعلام، طرابلس 1998

(58) محمد عبد الحليم: فن الصور المتحركة، القاهرة، 1987

(59) محمد عبد الصبور: الأدب والسينما، طرابلس، 1982

(60) زيغينيو بريجنسكي: بين عصرين، ترجمة محجوب عمر، القاهرة،1970

(61) محمود حسين: محاور الأمن الثقافي العربي، الكويت، 1983

(62) هادي نعمان إلهيتي: الاتصال والتغير الثقافي، بغداد، سلسلة الموسوعة الصغيرة، 1978.

(63) هربت أ.شيللر: المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، الكويت،1986.

(64) وارن.ك.أجي.فيليب أولن،أيدوين ايمرى: وسائل الأعلام، ترجمة: ميشيل تكلا، القاهرة، 1994.

(65) نخبة من الباحثين: ندوة العرب والعولمة، مركز دراسات وحدة العربية، 1997.

(66) ياس ألبياتي: دراسات معاصرة في الدعاية والأعلام، بغـداد، دار الحكمـة للطباعـة والنشر، 1991.

(67) مصطفى الكيلاني: في الأمن الثقافي العربي والدمقرطة، المؤتمر الثامن عشر لاتحـاد الأدباء والكتاب العرب، عمان، 1992.

(68) مصطفى المصمودي: النظام الإعلامـي الجديـد، الكويـت، سلسـلة عـالم المعرفـة، 1985.

ثانيا / المجلات:

(69) احمـد فطـيري: الثقافـة وخطـر الأفـلام، مجلـة الدراسـات الإعلاميـة، القـاهرة، العدد50، 1987

(70) صالح أبو إصبع: وسائل الأعلام والانسلات الثقافي - مجلة شؤون عربيـة، تـونس، عدد17/تموز1982

(71) عاطف عدلي العبد: مختارات مترجمة، التلفزيون والطفل، مجلة بحوث، بغـداد، المركز العربي لبحوث المشاهدين والمستمعين العرب، عدد ، 1988.

(72) سمير فريد: سينما 2000، مجلة زهرة الخليج، العدد 1086، السنة 21، الأمـارات العربية المتحدة، 2000.

(73) عبد العزيز محمد: التلفزيون وتأثيره عـلى الأطفـال، مجلـة تكنولوجيـا التعلـيم، الكويت، المركز العربي للتقنيات التربوية، السنة 13، عدد 22، 1989.

(74) سيف الرقابة على رقبة السينما: مجلة الحوادث، لندن، 1986/5/16.

(75) عبد القادر الشيخ: حول إنتاج برامج الأطفال، مجلة الإذاعـات العربيـة، تـونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد2، 1991.

(76) عبد اللـــه الـدايم: الثقافـة العربيـة والـتراث، مجلـة شـؤون عربيـة، العـدد(3)، تونس، جامعة الدول العربية،1984.

(77) عدنان السيد حسين: متطلبات الأمن الثقافي العربي، مجلة المستقبل العربي، العدد 276، السنة22، بيروت، 1999.

(78) فاروق أبو زيد: التحديات الإعلامية العربية من الخمسينات إلى الثمانينات ،مجلة المستقبل العربي، بيروت، السنة (13)، العدد(128)، 1989

(79) غريب بسيوني: مجلة الصدى، الأمارات العربية المتحدة في 2000/3/7

(80) علي حمادة: الفن المرئي في وسائل الاتصال، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 1984.

(81) قانون الرقابة على المصنفات الفنية: مجلة متابعات إعلامية، العدد42، السنة4، صنعاء 1994.

(82) محمد عباس نور الدين: الخلفية الإيديولوجية للأعلام الغربي، مجلة المستقبل العربي، العدد 199، بيروت، 1995

(83) قوى السوق السينمائي: تقرير إخباري أوردته وكالة الصحافة الفرنسية ضمن نشرتها الإخبارية ليوم 2000/2/17.

(84) رياض السريطي: السينما فن وتجارة، صحيفة القدس العربي، 1999/7/5

(85) سامح السليم: الأفلام السينمائية تحت المجهر، جريدة القدس العربي، لندن في 1997/10/7.

(86) سعيد محمد السيد: نماذج التدفق الدولي للأنباء، مجلة السياسة الدولية، القاهرة، السنة 25، العدد94، 1988.

(87) دبلوماسية السينما: تقرير أوردته وكالة الصحافة الفرنسية في نشرتها الإخبارية اليومية بتاريخ 1999/9/27.

(88) رؤوف ألباسطي: تطور البرمجة التلفزيونية والإذاعية في عهد أقمار البث المباشر، مجلة بحوث بغداد، المركز العربي لبحوث المشاهدين والمستمعين العرب،عدد21، 1983.

(89) رؤوف ألباسطي: نحن والغات، مجلة الإذاعات العربية، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد1، 1994.

(90) رؤوف توفيق: عندما تقول السينما لا، القاهرة، روز اليوسف، 1978.

(91) رشدي فايد: قصص الأفلام الأمريكية، جريدة العرب، لندن 2000/10/21

(92) جورج مايكل لوغان: مستقبل الإرسال التلفزيوني الأوربي عبر الأقمار الصناعية وتأثيره على الدول العربية، مجلة الإذاعات العربية، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد3، 1987.

(93) جيهان رشتي: الآثار الثقافية للاتصال عبر الأقمار الصناعية، مجلة الإذاعات العربية، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية،عدد1991,2

(94) جيهان رشتي: تدفق الإنباء الأجنبية في الأعلام العربي، ت عبد العزيز شرف، مجلة شؤون عربية، عدد17، تموز1982

(95) حسام عيسى: نقل التكنلوجيا (تحديث أم تبعية) ، مجلة المنار، باريس، السنة الثالثة، عدد(11)1987

(96) حمدي قنديل: حول التلفزيون وثقافة الطفل: مجلة الإذاعات العربية، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد1991,1

(97) خالد أبو الخير: الاستراتيجيات الغربية في توظيف ثقافات دول العالم الثالث من خلال وسائل الإعلام، مجلة مركز بحوث، المدينة المنورة، 2005

(98) خالد حبيب الراوي: سياسة الأمن الإعلامي في العراق، مجلة الأمن القوم، العدد3، السنة 7، بغداد، كلية الأمن القومي، 1985

(99) بهاء الدين ألزهوري: التنمية الثقافية في الوطن العربي، مجلة شؤون عربية، العدد(41)، تونس، جامعة الدول العربية، 1985.

(100) تقرير منشور في مجلة الإذاعات العربية: تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد1994,1.

(101) جابر إبراهيم الراوي: اثر الثقافة في الأمن القومي العربي، مجلة الأمن القومي، العدد(4)، بغداد، كلية الأمن القومي، 1985

(102) جاسم العذال: سوق الأفلام، مجلة ستالايات، العدد90، لندن،1966

(103) جاسم محمد شحيط : وحدة الثقافة العربية/ العدد الثاني، السنة الثالثة، تونس، 1983.

(104) جاك شاهين: العربي كما تراه هوليود، مجلة العربي، العدد353، الكويت، 1988.

(105) إبراهيم العلجوني: ثقافتنا القومية والنموذج الأمريكي، مجلة الآداب، العدد(103) ، بيروت، 1984.

(106) احمد المصري: نظرة إلى السينما، جريدة الحياة، لندن في 2000/1/28.

(107) أديب خضور: سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون، مجلة عالم الفكر، الكويت، كانون الاول1999.

(108) الأعلام والأمن الثقافي العربي: حلقة نقاش،مجلة المستقبل العربي، بيروت، مركـز دراسات الوحدة العربية، السنة 17، العدد 152، 1995

(109) الأفلام الأمريكية في السوق العالمية: جريدة الاتحاد، الأمارات العربية المتحـدة، 2000/4/8.

(110) أوربا خذلت فرنسا في معركة الأفلام: مجلة ستالايت، السنة الثانية، العـدد 78، لندن1995.

(111) أول وزير للسينما: تقرير أوردته وكالة الصحافة الفرنسية في نشرتهـا الإخباريـة بتاريخ 1999/12/7.

(112) البث المباشر عبر الأقمار الصـناعية قضـية مواجهـة: مجلـة البحـوث الإعلاميـة، طرابلس، عدد(2)،1992

(113) بدر الدين حسن: شكل جديد للرقابة في الوطن العربي، مجلة ستالايات، العدد 78، السنة الثانية، لندن، 1995.

(114) محمد ألدعمي: الثقافة العربية وجدول الغـزو الثقـافي، مجلـة شـؤون عربيـة، القاهرة، العدد(80)1994

(115) محمد علي الاصفر: مظاهر الغزو الثقافي الاوربي المعاصر للوطن العربي، مجلـة البحوث العربية، طرابلس السنة الاولى، عدد 2، 1992.

(116) محمد مصالحة: التعـاون العـربي في ميـدان الأعـلام والاتصـال، مجلـة التوثيـق الإعلامي، بغداد، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العـربي -مجلـد(2) السـنة (2) عـدد(2) 1983.

(117) محمود السالم: السينما العالمية ألان، مجلة العربي، العدد 492، الكويت 1999.

(118) محمود اللبدي: دوافع مشاهد العنف في المسلسلات التلفزيون الأمريكية، مجلة الإذاعات العربية، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد2، 1991.

(119) محمود صالح: أمريكا وتصدير النموذج، مجلة الدوحة، العدد111، الدوحة 1986

(120) محمود عصفور: تحديات الثقافة، مجلة شؤون عربية، العدد(4)، تونس 1984

(121) محمود قاسم: نجوم في الظاهر سياسيون في الخفاء، مجلة الدوحة، العدد109، الدوحة، 1985.

(122) محي الدين صابر: الأمن الثقافي وقومية المعركة، مجلة المستقبل العربي، العدد2، بيروت، 1978.

(123) محي الدين صابر: الدور الثقافي لجامعة الدول العربية، مجلة شؤون عربية، العدد(41)، القاهرة ، 1985 .

(124) محي الدين صابر: الأمن الثقافي ومفهومه، متطلباته، مقوماته ووسائله، المجلة العربية للثقافة، العدد الخامس، السنة الثالثة، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم،1983، ص17.

(125) محي الدين صابر: قضايا الثقافة العربية المعاصرة، القاهرة، الدار العربية للكتاب، 1983.

(126) المستقبل الأتي: مجلة الثقافة العالمية، العدد 98، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، نيسان 2000.

(127) موسيقيو رامبو الجدد: جريدة العرب، العدد(2017) لندن في 2000/1/3

(128) نادية حسن سالم: النظام الإعلامي الجديد، مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة، 1986.

(129) نبيل عبد الرحمن، الأمركة الإعلامية على أوربا، مجلة بحوث إعلامية، العدد 17، السنة 7، طرابلس 1999.

(130) نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات، الكويت، سلسلة عالم المعرفة (265) شباط 2001.

(131) نجيب محمد الصرايرة: الهيمنة الاتصالية (المفهوم والمظاهر)، مجلة العلوم الاجتماعية، الكويت، عدد(2)،1990.

(132) نحو إطار عالمي لتحليل النظم الإعلامية : ترجمة: سمير عبد الرحيم ألجلبي ، مجلة بحوث ،العدد27 ،بغداد،1989

(133) نحو مستقبل أفضل للطفل العربي: المجلس العربي للطفولة والتنمية، وثائق ندوة التلفزيون وثقافة الطفل العربي، القاهرة ، 1985

(134) هوليوود وصناعة السينما: تقرير أوردته وكالة الصحافة الفرنسية في نشرتها الإخبارية يوم 99/9/13.

(135) نصر الدين العياضي: إشكالية التلفزيون بين الهواجس والمخاوف، جريدة الاتحاد، الأمارات العربية المتحدة، في 1999/11/10.

(136) وجيه كوثراني: الغزو الثقافي الغربي الممهد والمتوافق مع الاستعمار القديم في الوطن العربي، مجلة الأديب، بيروت، السنة (30)، العددان3، 4، 1982.

(137) ياس ألبياتي: الاستراتيجية الأمريكية للغزو الإعلامي، مجلة شؤون سياسية، بغداد، دار الجماهير، السنة(1)، العدد(2)،1994

(138) ياسين لاشين: الإذاعة المرئية والطفل الليبي، مجلة بحوث إعلامية، طرابلس، السنة الثانية، عدد 6، 1993.

(139) يوسف بن رمضان: ثقافة الصورة وثقافة المدرسة في المجتمع العربي المعاصر، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، عدد23، 1993.

ثالثا / المصادر الأجنبية :

(140) Peter.C.S. Sederberg. Terrorest. Myths, New Jersey, 1969

(141) Andre Glucksmann, Violence On Screen, London, 1971

(142) Anthony Smith, British, Broadcasting, London, 1974

(143) Dominick. Joseph R. The Dynamics Of Mass Communication, Usa, 1990

(144) Geral Mast, News Week, October, 1991,

(145) Herbert I, Scheller, Mass Communication And Aii Erican Empire, 1970

(146) Herbert I. Schiller, Mass Communication And American Empire, New York, 1970.

(147) Herbert I. Schiller, The Diplomacy Of Cultural Domination And The Free Flow Of Information- Politics Of News, Edt Jaswant S. Yadava India, 1984

(148) Jeremy Tunstall ; Communication And Society, New Work, 1982

(149) John Waver, The Moving Image London, Bfi .Publishing, 1988

(150) Mary Lewis Coakely, Ratted X, New York, Rilngton House Publishers, 1977

(151) Max, Walk, Movies, News Week, June, 1998.

(152) News Week, October, New York, 1989.

(153) Noreene Janus. Communication And Social Stracture, New York, 1981

(154) TV Guide, Show Time, 1997

(155) UNESCO Statistic Year Book –UNESCO-Paris- 1999

محتويات الكتاب

المؤلف في سطور:

- مواليد بغداد 1970.
- حاصل على شهادتي الماجستير والدكتوراه من قسم الإعلام - كلية الآداب -/ جامعة بغداد.
- أستاذ جامعي في كلية الإعلام - جامعة بغداد منذ عام 1997 وأستاذ محاضر قسم الإعلام - كلية العلوم الإنسانية في جامعة السليمانية منذ عام 2006.
- شغل منصب معاون عميد كلية الإعلام أثناء العام الدراسي 2009/2008.
- شارك في مناقشة نحو (50) رسالة ماجستير وأطروحة دكتوراه وأشرف على نحو (15) رسالة ماجستير ودكتوراه.
- عمل في ميدان العمل الصحفي منذ عام 1990 وفي مؤسسات إعلامية عدة وشغل منصب رئيس تحرير مجلة الشباب حتى عام 2003.
- عضو في نقابة الصحفيين العراقيين وإتحاد الصحفيين العرب
- له (10) بحوث علمية منشورة في المجلات العلمية المحكمة
- للمؤلف كتاب قيد الإنجاز بعنوان (الإذاعة والتلفزيون في العراق).